الجامعة الأردنية

نمــوذج تفــويض

أنا الطالبة زين اكرم شهاب الدين الخطيب ، أفوض الجامعة الأردنية بتزويد نسخ من أطروحتي للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

التوقيع: زين الخطيب

التاريخ: ٢٠١٠/١٢/١٦

الجامعة الأردنيـــــة
كلية الدراسات العليا

التاريــــخ: / /

نموذج رقم (١٨)
اقرار والتزام بالمعايير الأخلاقية والأمانة العلمية وقوانين الجامعة الأردنية وأنظمتها وتعليماتها لطلبة الماجستير

أنا الطالب: زين آدم هشام حسن الخطيب الرقم الجامعي: (٨٠٦١١٨١)
تخصص: دراسات المرأة الكليــــــة: الدراسات العليا / مركز دراسات المرأة

عنوان الرسالة: المرأة في الإعلام الإلكتروني: دراسة تحليلية لقضايا المرأة في صفحات المرأة الأردنية الإلكترونية

اعلن بأنني قد التزمت بقوانين الجامعة الأردنية وأنظمتها وتعليماتها وقراراتها السارية المفعول المتعلقة باعداد رسائل الماجستير عندما قمت شخصيا" باعداد رسالتي وذلك بما ينسجم مع الأمانة العلمية وكافة المعايير الأخلاقية المتعارف عليها في كتابة الرسائل العلمية. كما أنني أعلن بأن رسالتي هذه غير منقولة أو مستلة من رسائل أو كتب أو أبحاث أو أي منشورات علمية تم نشرها أو تخزينها في أي وسيلة اعلامية، وتأسيسا" على ما تقدم فانني أتحمل المسؤولية بأنواعها كافة فيما لو تبين غير ذلك بما فيه حق مجلس العمداء في الجامعة الأردنية بالغاء قرار منحي الدرجة العلمية التي حصلت عليها وسحب شهادة التخرج مني بعد صدورها دون أن يكون لي أي حق في التظلم أو الاعتراض أو الطعن بأي صورة كانت في القرار الصادر عن مجلس العمداء بهذا الصدد.

توقيع الطالب: زين الخطيب التاريخ: ١٢ / ٣ / ٢٠١٠

تعتمد كلية الدراسات العليا
هذه النسخة من الرسالـــة
التوقيع .... التاريخ ١٩/٤/٢٠١٠

المرأة في الإعلام الالكتروني: دراسة تحليلية لقضايا المرأة في مدونات المرأة الأردنية الالكترونية

إعداد

زين أكرم الخطيب

المشرف

الأستاذ الدكتور حلمي ساري

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

دراســـات المـــرأة

كلية الدراسات العليا

الجامعة الأردنية

كانون أول، ٢٠١٠

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة الأطروحة (المرأة في الإعلام الالكتروني : دراسة تحليلية لقضايا المرأة في مدونات المرأة الأردنية الالكترونية) و أجيزت بتاريخ ....

أعضاء لجنة المناقشة	التوقيع
الدكتور حلمي ساري ، مشرفاً **أستاذ – علم اجتماع الإعلام والاتصال**	....
الدكتورة أمل الخاروف ، عضواً **أستاذ مشارك – علم اجتماع اقتصادي**	....
الدكتور إبراهيم أبو عرقوب ، عضواً **أستاذ مشارك – الإعلام الجماهيري**	....
الدكتور تحسين منصور ، عضواً **أستاذ – إعلام** **(جامعة اليرموك)**	....

الإهداء

اهدي هذه الرسالة أولا إلى أمي،أمي،أمي الحنونة التي أدين لها بتصميمي على إنهاء هذه الدراسة

إلى أبي الغالي المعطاء الذي منحني فرصة إكمال دراستي العليا واسأل الله أن أكون عند حسن ظنه بي

وان استطيع أن أحقق له حلمه

إلى سندي في هذه الحياة إخواني يزن ونورالدين ومصطفى

والى كل من ساهم في مد يد العون والمساعدة والتعاون سواء المادي أو المعنوي لي لإتمام هذه الدراسة

إليهم جميعا اهدي هذا العمل الذي ما كان ليرى النور

لولا دعمهم وتشجيعهم

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين حمدا كما ينبغي لجلال وجه ولعظيم سلطانه

أما بعد ، أود أن اشكر مشرفي الإنسان الأستاذ الدكتور حلمي ساري ، لتعاونه المتواصل وصبره في إرشادي لإتمام هذه الدراسة .

وأتقدم بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة .

كما أتقدم بالشكر والامتنان لأعضاء هيئة التدريس في مركز دراسات المرأة واخص بالشكر مديرة مركز دراسات المرأة سابقا الدكتورة رولا قواس ، وكلا من مديرة مركز دراسات المرأة حاليا الدكتورة محاسن الجاغوب والدكتورة عبير دبابنة والدكتورة أمل الخاروف والدكتورة وفاء الخضرا وكل من علمني حرفا في هذه المرحلة الدراسية من عمري وكل من أضاف وساهم في توسيع مداركي على المستوى الأكاديمي والعملي والشخصي .

و أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ الدكتور تحسين منصور .

واشكر الأستاذ محمد ركابات ، من موقع مكتوب الالكتروني .

كما أتوجه بالشكر إلى جميع الزميلات في مركز دراسات المرأة .

و أود أن اعبر عن تقديري لكل من تحمل غيابي وانقطاعي عن عالمي الاجتماعي خلال فترة تحضيري للرسالة واخص بالذكر أخواتي روز روان وهبة

وأخيرا أتقدم بالشكر الجزيل لكل من ترقب نجاح رسالتي لأنه منحني تصميم وإرادة قوية لإثبات جدارتي وتحقيق هدفي ، والى كل من ترقب فشلي وتقاعسي عن إتمام رسالتي لأنه منحني إصرار وتحدي كل المعوقات التي تواجهني لإثبات نفسي وتحقيق حلمي .

الباحثة : زين أكرم الخطيب

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

المرأة في الإعلام الالكتروني : دراسة تحليلية لقضايا المرأة في مدونات المرأة الأردنية الالكترونية

إعداد
زين أكرم الخطيب

المشرف
الأستاذ الدكتور حلمي ساري

ملخص

هدفت هذه الدراسة تسليط الضوء على المدونات النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني "مكتوب" ، ومعرفة مستوى المشاركة الأردنية في المدونات العربية الالكترونية في هذا الموقع الالكتروني تحديدا كونه يضم اكبر تجمع إلكتروني عربي على الشبكة العنكبوتية ، وكذلك معرفة مستوى مشاركة المرأة الأردنية في المدونات الالكترونية الأردنية ، والتعرف على أهم قضايا المرأة التي تتناولها في ثنايا تدويناتها ، وما إذا كان للإعلام الالكتروني من خلال المدونات دور في تغير الصورة النمطية للمرأة كونه الإعلام البديل في ظل التقدم التكنولوجي أم انه يساعد على ترسيخ الصورة النمطية بشكل أو بآخر .

و تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح الإعلامي والتي تستخدم منهج تحليل المضمون ، وتتكون عينة الدراسة من ابرز المدونات الالكترونية النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني " مكتوب " ، منذ نشأة ظاهرة التدوين بالأردن في بداية (٢٠٠٦) وحتى بداية (٢٠١٠) ، وقد تم اختيار ابرز المدونات النسائية الأردنية في هذا الموقع الالكتروني اعتمادا على عدد زوار المدونة والبالغ عددها (١٠٠) مدونة ، تم اختيار المدونات النسائية الأردنية التي تتناول قضايا المرأة تحديدا من ضمن فئات التدوين والتي بلغ عددها (٤٥) مدونة ، وقد تم تحليل لمضمون ومحتوى هذه المدونات .

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية :

أن المشاركة الأردنية في المدونات الالكترونية تحتل المرتبة الثالثة من بين الدول العربية المشاركة في التدوين في الموقع الالكتروني "مكتوب" ، و أن مستوى مشاركة المرأة في المدونات تعتبر قليلة مقارنة بمشاركة الرجل في عالم التدوين الأردني ، و أن مدونات المرأة الأردنية يغلب عليها الطابع الشخصي ، والقصور في تناول قضايا المرأة بشكل خاص ، والتناول الأكبر لقضايا التنميط ، كما أن الطرح يغلب عليه أسلوب الكتابة في أبواب خاصة ، وان مصادر معلوماتها تأتي من المدونة نفسها بالإضافة إلى مصادر أخرى ، وان الفئة المستهدفة موجهة بشكل كبير للمرأة بأبواب تطلق عليها للنساء فقط ، وان التدوين بالاسم الصريح يدل على بداية التغيير ، وعليه فان المدونات الأردنيات لم يسخرنً الإعلام الالكتروني الحديث لخدمة قضاياهن ، في هذا الفضاء الإعلامي الحر بقدر ما ساهمن في تسخيره لتكريس الصورة النمطية الراسخة في الأذهان وفي التقاليد والأعراف الاجتماعية ،في المجتمع الذكوري ، وبالتالي فإن حضور المرأة الأردنية في المدونات متواضع من الناحية الكمية والنوعية ، والاهتمام الأكبر بشكل الصفحة الالكترونية وإخراجها من صور وألوان وعناوين ، وعليه فكما في الإعلام الورقي ما زال دور المرأة محدودا في الإعلام الإلكتروني الحر ، وما يزال يحمل ملامح ذكورية .

الفصل الأول

مدخل إلى الدراسة

١-١ مقدمة

شهد الربع الأخير من القرن العشرين ثورة هائلة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات كان لها اكبر الأثر على شكل الاتصال ومحتواه وأساليب إنتاجه، وتمثلت أثار هذه الثورة في أنها مكنت الأشخاص من إرسال المعلومات واستقبالها عبر أي مسافة وفي أي مكان وفي أي وقت، وقد مرت وسائل الاتصال بمجموعة من الثورات باختراع جوتنبرج للطباعة ، مرورا باختراع اللاسلكي، ثم الراديو، ثم التلفزيون، وشهد القرن العشرون ميلاد الأقمار الصناعية والانترنت والألياف الضوئية ، (شفيق ، ٢٠٠٦) .

ويمكن القول انه ما من وسيلة من وسائل الاتصال التي أوجدها الإنسان عبر مسيرته الاتصالية الطويلة ، كانت قد أحدثت تغيرات جوهرية في عملية التواصل الاجتماعي في المجتمع كما فعلت الإنترنت ، صحيح أن كل وسيلة أضافها الإنسان إلى الوسائل التي سبقتها كانت قد أحدثت في حينها تغييرات ملموسة في تواصل الأفراد وتفاعلهم مع بعضهم بعضا ، ومع ذلك فان الخصائص الاتصالية الفريدة التي تتمتع بها الإنترنت تجعل منها وسيلة اتصالية متميزة، ومتفردة في تاريخ الاتصال الاجتماعي ، لعلها لا تجاريها في هذا التفرد أي وسيلة أخرى سوى التلفون في مطلع القرن العشرين، والتلفزيون في مرحلة الخمسينات والستينات ، ويذهب بعض الباحثين في تشبيه قوة تأثيرات الإنترنت في المجتمع بتلك القوة التي أوجدتها الحروف الأبجدية في حياة الناس، لذا يمكن القول بان عصر الاتصال الالكتروني قد تحقق ، وحول العالم إلى قرية الكترونية عالمية صغيرة ، وشهد العالم نمو مطرد لعصر المعلومات الالكتروني بشبكاته المعلوماتية العملاقة، (ساري ، ٢٠٠٥) .

ولقد أتاحت شبكة الانترنت فضاء جديدا يتجاوز كل القيود في العالم الواقعي سواء كانت هذه القيود من انظمة حكم تسلطية أو جاءت هذه القيود من قبل المجتمع بشكل عام ، وعلى الرغم من وفرة البحوث والدراسات المتعلقة بدراسة أهمية الإنترنت كوسيلة اتصال إلكترونية تتميز بمزايا وخصائص اتصالية يندر أن نجدها في وسيلة أخرى ، إلا إن الدراسات التي تتناول واحدة

من أهم التطبيقات التي تقدمها الإنترنت لمستخدميها وهي المدونات الإلكترونية (Blogs) ، تعد قليلة نسبيا ، وتعتبر المدونات الالكترونية نوع من أنواع الإعلام الإلكتروني الحديث التي تختلف في محتواها عما تحتويه وسائل الإعلام التقليدية حيث تعتبر المدونة موقع شخصي يقوم صاحبه بكتابة تدوينات فيه ، كما تعد المدونات الالكترونية إضافة جديدة لمحتوى الانترنت الفكري والثقافي والأدبي والسياسي والاقتصادي والتقني وغيرها ، ولقد أصبح التدوين من الأمور الشائعة في العالم وهو في حالة نمو مستمر، والتدوينات هي مدخلات إما أن تكون نصوص أو صور أو فيديو أو أي شكل من أشكال المعلومات .

بدأت المدونات الإلكترونية تجد انتشارا في العالم العربي وخاصة بين فئة الشباب الذين وجدوها فرصة سانحة لهم بعد أن تعذر على الكثير منهم النشر في الصحف ووسائل الإعلام التقليدية ، كونها تتيح ما لا تتيحه وسائل النشر الأخرى ، كما يمكن بواسطتها التعرف على الأشخاص المدونين (Blogger) الذين يساهمون في نشر آرائهم على صفحات الإنترنت والكتابة بشتى القضايا الثقافية والفنية والاجتماعية والسياسية باللغة العربية واللغات العالمية بمساحة واسعة من التعبير عن الذات وحرية الرأي ، فبعد أن كانت الكتابة في الإنترنت فردية وعشوائية أصبحت تعمل ألان على شكل مجموعات منظمة ، كما أصبح للمدونين مجتمعات تعقد اجتماعاتها الدورية لمناقشة قضايا المدونين وتبادل الخبرات ، كما أن للمدونين اتجاهات فكرية وثقافية مختلفة وهم يطرحون آرائهم بحرية ويستمعون إلى الرأي الآخر، إذ أنهم وجدوا في تقنية الإنترنت فرصة ليكتبوا ما يشاءون من دون رقيب ولا حسيب، و تعتبر المدونات وسيلة للتفاعل وتبادل الآراء، فالكثير منها تمنح القراء فرصة تسجيل تعليقاتهم، ويتوقع الباحثون أن المنظمات الإعلامية الرئيسية لن تنجح في السيطرة على حركة كتابة المدونات حتى ولو حاولت ذلك، فالحاجز المالي أمام ولوج هذه السوق يقرب من الصفر حاليا، ويستطيع بالتالي أي فرد يملك الموهبة والوقت أن ينشئ مدونته الإلكترونية الخاصة وإيصال صوته ورأيه إلى العالم اجمع دون أن ينفق ثروة في ذلك. (موقع مجلة التدوين العربي، www.arabicos.blogspot.com) .

ويعتبر هذا النوع من الدراسات كونها من البحوث العلمية الحديثة التي تركز على استخدام الإنترنت وتطبيقاتها والكشف عنها كوسيلة من أهم وسائل الإعلام الالكتروني في الوقت الراهن في الحصول على المعلومات والأخبار والثقافات في أي وقت وأي مكان وبالسرعة الفائقة وكونها تمزج بين تكنولوجيا الإعلام مع تكنولوجيا الاتصال الجماهيري .

وهذه الدراسة سلطت الضوء على واحدة من أهم تطبيقات الإعلام الالكتروني شيوعا وهي المدونات الإلكترونية وبالتحديد النسائية الأردنية منها وما تحتويه من قضايا المرأة على وجه الخصوص باعتبارها تمثل شريحة كبير من شرائح المجتمع إذ تعتبر نصف المجتمع وتربي النصف الآخر، لكي تبقى على تواصل مع العالم وتساهم في إثبات ذاتها وقدراتها وهواياتها واهتماماتها وأفكارها و أرائها بواسطة كتاباتها في هذه المدونات وتصل لكل العالم دون أي قيود تمنع من إيصال صوتها للعالم وتثبت هويتها كإنسانة لها كيانها ووجودها، فلما لا تستغل هذه الوسيلة لما يخدمها ويخدم الأجيال التي تنشئها خاصة إذا تم تناول القضايا التي تركز على دور المرأة في القضايا السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الدينية أو الأدبية أو الثقافية أو الفنية أو أي من القضايا الأخرى ، ومحاولة تغير صورتها النمطية ، (Stereotype) بشكل جذري من خلال هذه الوسيلة الإعلامية الحديثة .

وعليه يمكن أن تساهم هذه الدراسة في إضافة صفحات جديدة ومفيدة إلى عالم المعرفة كما يمكن أن تكون حافز لبحوث أخرى تغطي تطبيقات أخرى من تطبيقات الإعلام الالكتروني المتعددة بما يخدم قضايا المرأة بشكل عام ، ويمكن التوصل إلى مقترحات وتوصيات عملية يمكن أن تساهم في تحديد سبل التعامل مع الإعلام البديل بما يخدم المرأة ويرقى بها إلى أعلى المستويات الثقافية والمعرفية بعيدا عن حصرها في مواقع للنساء فقط الخاصة بمستحضرات التجميل وعمليات التجميل ، والأزياء ، والديكور ، والمطبخ ، والتسوق ، في سعي دائم لتكريس صورتها كجسد فقط ، دون لفت النظر إلى جوهر وقيمة المرأة وأدوارها المجتمعية بعيدا عن هذه الصورة النمطية، في أمل إلى اقتلاع هذه الصورة من جذورها وتسليط الضوء على إنجازات المرأة العربية وتفوقها و كتاباتها في المدونات الإلكترونية وفي المجالات الإلكترونية المختلفة التخصصات .

١-٢ مشكلة الدراسة

بالرغم من التحسن النسبي في الوعي العام بقضايا المرأة في الوطن العربي إلا أن القوانين والسياسات تظل في واد وتبقى الممارسات الفعلية على ارض الواقع في واد آخر ، وللأسف فإنها لا تزال بعض وسائل الإعلام في بلادنا العربية يسهمون بشكل أو بآخر في تعزيز أعراف وتقاليد تسعى لإبقاء المرأة خاضعة وتابعة وتعزز سيادة الرجل على حياة المرأة وجسدها ، فمن المهد إلى اللحد وفى أوقات السلم والحرب تظل المرأة العربية الحلقة الأضعف التى تتعرض للتمييز ضدها والى العنف على أيدي الأسرة والمجتمع وفى بعض الأحيان على أيدي أجهزة

الدولة ومؤسساتها الرسمية ، وتعانى المرأة العربية معاناة شديدة وتتنوع أسباب هذه المعاناة سواء من جهة الأسرة و الأزواج أو من قبل المجتمع .

وفى ظل وجود تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومع تنوع تطبيقات الإعلام الالكتروني تمثل المدونات أفاقا جديدة لحرية التعبير يمكن من خلالها إذا ما استغلت بالشكل الأمثل أن تخرج المرأة من الإطار الذي يصورها كسلعة وجسد ليس إلا ، خاصة وان كل هذا العنف ضد المرأة يأتي في الوقت الذي تحول فيه العالم ليصبح قرية صغيرة بفضل تكنولوجيا الاتصال تلك التكنولوجيا التى لعبت دورا كبيرا في إتاحة الفرصة للكثير من الأقليات الثقافية والإثنية والسياسية والدينية المضطهدة في التعبير عن معاناتها وكشف اللثام عن مختلف أوجه التمييز أو العنف الذي تتعرض له ومحاولة صياغة حلول ما ، لما يرونه من أوضاع تتسم بالتمييز وعدم تكافئ الفرص في التغطية الإعلامية ، ولقد أتاح الإعلام الالكتروني فضاء جديدا من الحرية يتجاوز كل القيود في العالم الواقعي سواء كانت هذه القيود قيودا من أنظمة حكم تسلطية أو جاءت هذه القيود من قبل المجتمع بشكل عام ، فالتدوين يعد بمثابة أمل جديد للمرأة العربية ، ويمكن أن يساهم في تحرير المرأة من التحيز والتمييز التى تلاقيه في وسائل الإعلام الأخرى نظرا لما يتميز به الإعلام الالكتروني من اللامركزية التي تجعله أكثر تحررية وتفاعلية من الوسائل الأخرى .

من هنا جاءت هذه الدراسة التي تعنى بدور الإعلام الالكتروني في حل مشكلة التنميط لصورة المرأة المتواجدة في وسائل الإعلام التقليدية من خلال تحليل لمدونات المرأة الأردنية والكشف عن أهم قضايا المرأة التي تتناولها في ثنايا تدويناتها ومعرفة أهم الموضوعات التي تسلط عليها الضوء في هذه المدونات الالكترونية السريعة الانتشار والتي تتسم بالحرية والتفاعلية .

١-٣ أهمية الدراسة :

يلاحظ أن استخدامات الانترنت بشكل عام تقتصر على عدد معين من المستخدمين ، فهناك فجوة نوعية من مستخدمي هذه التكنولوجيا ، فعادة ما يكون مستخدم الإنترنت النموذجي شابا ذكرا وثريا ينتمي إلى أقلية من النخبة ، وكذلك عالم التدوين والمدونات يعتبر نشاطا لنخبة ضئيلة ، فقبل عدة سنوات كانت العادات والتقاليد الاجتماعية في المجتمعات العربية تفرض قيودا على استخدام المرأة للإنترنت ، ولكن مع توالي الدراسات وإلحاحها بضرورة فتح المجال للمرأة لاستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة ارتفعت نسبة إقبال المرأة على استخدام

الإنترنت ، إلا أن هذه النسبة تبقى منخفضة مقارنة بالنسبة لاستخدام المرأة الغربية للإنترنت ، ويكاد صوت المرأة الحقيقي يغيب عن المدونات باللغة العربية ، حيث أن عدد النساء اللواتي يكتبن عن قضايا المرأة في المدونات يعتبر عددا قليلا نسبيا إذا ما نظرنا إلى الدور الجوهري الذي يمكن أن تلعبه المدونات الإلكترونية في طرح قضايا المرأة بصورة أكثر حرية في التعبير عن آرائها و حقوقها إذا ما استغلت هذه الوسيلة العنكبوتية التي لا تحدها حدود في سرعة الانتشار ، حيث أن الثقافة النسائية في استخدام الإنترنت في العالم العربي تقتصر على استخدام الإنترنت في المجالات التعليمية والمهنية وفي التسلية وإقامة العلاقات الاجتماعية بالإضافة إلى انه وسيلة للتسوق الالكتروني ، فالمدونات الالكترونية كونها شكل من أشكال الإعلام الالكتروني ، وواحدة من أهم تطبيقاته ، تجد فيها المرأة فسحة للتعبير عن رأيها بحرية من دون رقيب ولا حسيب ، و تجد أيضا منطلقا لأفكارها و إبداعاتها الكتابية في صفحة إلكترونية تصل إلى كل بقاع الأرض تتبادل فيها الآراء والأفكار في قضايا كثيرة خاصة وعامة تشغل بالها وبال مثيلاتها من النساء .

وفي هذه الدراسة نسلط الضوء على المدونات النسائية الأردنية الإلكترونية في الموقع الالكتروني " مكتوب " (www.maktoobblog.om) تحديدا ، وتحليل ما تتناوله من قضايا تخص المرأة ولفت النظر لقضايا يمكن أن تكون قد غفلت المرأة الأردنية عن إبرازها، فإن تحديد مثل هذه القضايا يشكل أهمية لابد من استجلائها ومعرفتها وتحديدها لأنها متاحة لأكبر عدد ممكن من القراء ، كما انه يمكن لهذه الوسيلة الإعلامية أن يكون لها دور كبير في تغيير الصورة النمطية للمرأة العربية بشكل عام كونها الوسيلة الأكثر تأثيرا وانتشارا في العالم .

من هنا كان لابد من التطرق إلى هذا الموضوع خاصة أن الصورة النمطية للمرأة لا تزال تكرس في وسائل الإعلام التقليدية بالإضافة إلى ضعف المشاركة النسائية في العملية الإعلامية ، وكان لابد من دراسة الإعلام الالكتروني – إعلام المستقبل – ، ومعرفة دوره في تغيير هذا الواقع ، وكذلك معرفة هل يمكن من خلال المدونات والكتابات النسائية على الصفحات الالكترونية بدل الصفحات الورقية تغير هذا الواقع أم إنها على العكس تساعد على تعزيزه وتكريسه بشكل اكبر ، وهل تستطيع المدونات كوسيلة من وسائل الإعلام الحديث أن تكون سلاح فعال للمرأة يساعدها على الحصول على حقوقها ويلفت الأنظار لقضاياها وإسماع صوتها لعموم المجتمع لا بل وللعالم اجمع كون هذه التدوينات تصل إلى جميع أنحاء العالم بكل سهولة وسرعة .

وعليه ترجع أهمية هذه الدراسة للأسباب التالية :

١- أوضاع المرأة في المجتمع الأردني ، ومدى التحيز و القهر الذي تعانيه .

٢- تنامي ظاهرة التدوين في العالم العربي .

٣- الدور الحيوي الذي قد يلعبه التدوين في التخفيف من معاناة المرأة ، وفى كشف اللثام عن الانتهاكات المختلفة لحقوق الإنسان ولحقوق المرأة بشكل خاص .

٤- تسليط الضوء على النوع الاجتماعي ، ودور الإعلام الالكتروني فيه .

٥- قلة الدراسات التى سعت لتناول هذا الموضوع من قبل .

١-٤ أهداف الدراسة

مما سبق يتبين أن هذه الدراسة تهدف تسليط الضوء على المدونات النسائية الأردنية تحديدا في الموقع الالكتروني – مجمع المدونات العربية – " مكتوب " لتحقيق ما يلي :

١- معرفة مستوى المشاركة الأردنية في المدونات الالكترونية العربية على الموقع الالكتروني "مكتوب"

٢- معرفة مستوى مشاركة المرأة الأردنية في المدونات الالكترونية الأردنية على الموقع الالكتروني " مكتوب "

٣- معرفة أهم تصنيفات المدونات النسائية الأردنية من حيث الموضوعات .

٤- معرفة أهم القضايا التي تحتل الصدارة في المدونات النسائية الأردنية التي تعنى بقضايا المرأة .

٥- معرفة هل استطاعت المدونات النسائية الأردنية تسليط الضوء على قضايا المرأة وتغير صورتها النمطية من خلال تحليل لمحتوى هذه المدونات ، خاصة أن الكاتبات في المدونات ليس بالضرورة أن يكن ممن يحملن شهادة في الإعلام أو يمارسن مهنة الإعلام أصلا .

١-٥ أسئلة الدراسة :

وعليه فإن الدراسة تهدف الإجابة عن الأسئلة التالية :

س ١- ما مستوى المشاركة الأردنية في المدونات العربية الالكترونية على الموقع الالكتروني "مكتوب" ؟

س ٢- ما مستوى مشاركة المرأة الأردنية في المدونات الأردنية الالكترونية على الموقع الالكتروني "مكتوب" ؟

س ٣- ما أهم تصنيفات المدونات النسائية الأردنية من حيث الموضوعات ؟

س ٤- ما أهم القضايا التي تحتل الصدارة في المدونات النسائية الأردنية التي تعنى بقضايا المرأة ؟

س ٥- ما مصادر معلومات المدونات النسائية الأردنية ؟

س ٦- ما هو اتجاه المدونات النساء الأردنيات من قضايا المرأة ؟

س ٧- ما هي أهم الأساليب الأدبية المتبعة في المدونات النسائية الأردنية لطرح قضايا المرأة؟

س ٨- من هو الجمهور المستهدف من وراء نشر المدونات النسائية الأردنية ؟

س ٩- هل المدونات النساء الأردنيات دون بأسمائهن الصحيحة ؟

س ١٠- ما هي العناصر التيبوغرافية من حيث : نمط المادة الإعلامية ، اللغة المستخدمة و إخراج الصفة الالكترونية لدى المدونات النسائية الأردنية ؟

س ١١- ما دور المدونات النسائية الأردنية في تغير الصورة النمطية للمرأة ؟

١ – ٦ الدراسات السابقة :

هناك العديد من الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الإعلام الالكتروني بشكل عام الأمر الذي يجعل من مراجعتها جميعا أمرا صعبا للغاية لذا ستقتصر هذا الدراسة على مراجعة لأهم الدراسات وأقربها صلة بهذه الدراسة وفيما يلي عرض للدراسات التي تناولت الإعلام الالكتروني، والمدونات الالكترونية ، وأخرى خاصة بالمرأة العربية والإعلام بشكل عام ، وعدد من الدراسات التي بحثت في صورة المرأة في وسائل الإعلام الأردنية بشكل خاص .

أجرت **بيان الجهني** ، عام (٢٠١٠) ، دراسة بعنوان **"الصورة الذهنية للمرأة العربية كما تعكسها مدونتها"** ، تناولت فيها أهم القضايا التي تشغل مدونة المرأة العربية ، بهدف الوصول للصورة التي يمكن تكوينها عن المرأة العربية من خلال التدوين ، واستهدفت عينة مكونة من ١٦ مدونة من ٨ دول عربية ، واستخدم في الدراسة تحليل المضمون لكل مدونة.

وتشير نتائج البحث إلى أن هذه المدونات يغلب عليها الطابع الشخصي ، من ذكر لتجارب وآراء شخصية ، والطرح يكون بطريقة القصص ، بالإضافة إلى القصور في تناول قضايا المرأة بشكل خاص ، ولكن التناول العام للمشاكل الوطنية يحظى بالاهتمام الأكبر ، والقضايا المشتركة بين اغلب المدونات هو زواج القاصر والتحرش والحقوق العامة للمرأة ، وتحظى المواضيع السياسية اهتمام لا باس به في ظل السياسة المختصة بوطن المدونة ، والقضية المشتركة فلسطين ، وتحتل المواضيع الاجتماعية الاهتمام في الطرح التدويني النسائي .

وقد خرجت الدراسة بتوصيات أهمها ، أنه من الضروري اهتمام المرأة العربية بمجال التدوين كأحد أساليب طرح الرأي والمشاركة الوطنية الفعالية سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي ، بأي مجال متخصص أو عام ، بالإضافة إلى محاولة نشر المدونة بأكثر من لغة إن أمكن حتى تساهم في تكوين الصورة الحقيقة للمرأة العربية في الخارج، وأيضا تفعيل الأساليب التدوينية المختلفة مثل الصوتية والمرئية لإيصال الأفكار بأكثر من أسلوب واستغلال ما يقدمه التدوين من خيارات لدعم فكرة المدونة أو هدفها . (الجهني ،٢٠١٠)

و أجرى **مصطفى سالم** ، عام (٢٠٠٦) ، دراسة تحليليه للمدونات العربية ، بعـنوان : " **نشر بلا حدود ولكن بخوف** "، هدفت إلى تسليط الضوء على واقع التدوين العربي ، وتقديم معايير للتدوين والمدونات في العالم العربي ، من خلال استخدام منهج تحليل المضمون للمدونات عينة الدراسة .

وتشير نتائج الدراسة إلى أن (٣٨%) من مستخدمي الانترنت في الوطن العربي وان نصف هذه النسبة يتابع المدونات بشكل يومي وما يزيد بقليل على ثلث هذه النسبة يعتبرها مصدرا مهما لكن ليس وحيدا لمعلوماته، وان (٨٧%) من متابعي المدونات السياسية بأسماء مستعارة ، وان (٨١%) من متابعي المدونات لا يقرؤن التعليقات ، وان من كل (٢٠٠٠) مدونة يوجد واحدة علمية أو متخصصة ، كما تشير الدراسة إلى أن الذين يتابعون المدونات يعتبرونها مصدر مهم لمعلوماتهم، خاصة المدونات ذات الطابع الإخباري والتي غالبا ما يكون لها موقفا معارضا من سلطات بلدها لأسباب تتعلق بكونها أكثر حرية وجراءة ولأنها تقدم معلومة يراها نصف متابعيها بشكل يومي أنها مختلفة كما تظهر الدراسة أن التدوين وإن انتشر بشكل سريع قياسا لعدد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي إلا انه لم يرقى بعد ليصل إلى مرحلة النضوج في النشر،

(سالم ،٢٠٠٦) .

وفي دراسة أخرى قام بها **مركز المرأة العربية للبحوث والتدريب** " **كوثر**" ، عام (٢٠٠٦)، بعنوان : " **المرأة العربية والإعلام** " دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين (١٩٩٥-٢٠٠٥) .

هدفت إلى رصد البحوث العربية المتصلة بالمرأة وحقل الإعلام للتعرف على النتائج التي خلصت إليها ، وتسليط الضوء من خلال البحوث على الأسباب التي تجعل صورة المرأة في وسائل الاتصال على ما هي عليه ، وتحديد المجالات التي وجب إدراجها في سلم أولويات اهتمام المركز "كوثر" ، وبقية مراكز البحوث والدراسات بقضايا المرأة في علاقتها بوسائل الاتصال ، ولفت نظر صانعي القرار في حقل الاتصال ولفت نظر الهيئات البحثية إلى مواطن الخلل القائمة في علاقة الاتصال بالمرأة .

وتم استخدام منهج التحليل ، ووضع فريق البحث شبكة تحليل من ثمانية محاور ، كل محور مجزئ بدوره إلى فروع متفاوتة العدد من محور إلى أخر . وكانت هذه المحاور متصلة بطبيعة البحوث (أساسية – علمية – تجريبية) وبالمناهج المستخدمة فيها ومعالجة البحوث لدور وسائل

الإعلام في قضايا المرأة ، وبطبيعة وسائل الإعلام المدروسة ، وبدراسة الجمهور في علاقته بالمرأة والإعلام ، وبصورة المرأة في الإعلام وبالمرأة وتكنولوجيا الاتصال .

أما عينة الدراسة فتضمنت (٢٥) كتاب و (٣٠) مقالا تتحدث عن المرأة وحقل الإعلام والاتصال ما بين (١٩٩٥- ٢٠٠٥) ، فيكون عدد مفردات العينة (٥٥) .

وأما نتائج الدراسة فتضمنت بحوث أبرزت صورة قاتمة ومجزوءة عن المرأة ، بانها لا تأخذ حقها بالتغطية الإعلامية ولا تعطى الكلمة إلا نادرا ، ومازالت صورتها نمطية في الدراما التلفزيونية ،واستخدام المرأة للانترنت يقتصر على التسلية والتسوق ، (كوثر،٢٠٠٦) .

ومن ناحية أخرى فهناك دراسة تسلط الضوء على صورة المرأة في وسائل الإعلام التقليدية الأردنية منها :

دراسة قامت بها **عالية محمود** عام (٢٠٠٥) ، بعنوان : " **المضامين الجندرية في برامج الأسرة والمرأة في التلفزيون الأردني** " بهدف التعرف إلى هذه المضامين من حيث الموضوعات المقدمة للمرأة والأدوار التي ركزت عليها تلك البرامج والطريقة التي قدمت بها من حيث الشكل والمضمون .

وتكون مجتمع الدراسة من البرامج التلفزيونية المهتمة بشؤون المرأة والأسرة خلال الفترة من (٢٠٠٣/٦/١ – ٢٠٠٤/7/١) اختير منها أربعة برامج تلفزيونية هي " يسعد صباحك " ، "يوم جديد " ، " فنجان قهوة " ، " لها وله " ، كعينة قصدية ، واستخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون بهدف التعرف على مضامين البرامج التلفزيونية المدروسة التي تم تحليلها باستخدام الأسلوب الإحصائي الوظيفي .

توصلت نتائج الدراسة إلى إن البرامج المدروسة أظهرت زيادة في التركيز على ادوار المرأة في المجالات التالية : المرأة والفن والإعلام ، المرأة في المجال الطبي ، كما زاد التركيز على دور المرأة في الزراعة والتصنيع الغذائي وفي التربية ، (محمود ، ٢٠٠٥) .

وأما دراسة الباحثة **علياء تفاحة** حول هذا الموضوع فكانت في عام (٢٠٠٣)، بعنوان : "**مشكلة المرأة الصحفية العاملة في الصحف اليومية الأردنية** " بهدف التعرف إلى أهم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والمهنية والنفسية التي تواجه المرأة الصحفية العاملة في

الصحف اليومية الأردنية ، وتحديد الأسباب التي تتحكم ببعض المشكلات من وجهة نظر الصحفية .

وتكونت عينة البحث من (٥٧) صحفية شكلن مجتمع الدراسة في خمس صحف يومية هـي (الدستور ، الرأي ، الجوردان تايمز ، العرب اليوم ، الأسواق سابقا). واستخدمت الاستبانة في جمع المعلومات .

وبينت النتائج أن أهم المشكلات الاجتماعية التي تواجه المرأة الصحفية هي في صعوبة التوفيق بين الحياة العائلية وظروف العمل ، أما المشكلات الاقتصادية التي تعاني منها فتتمثل في عدم تناسب الراتب مع الجهد المبذول واضطرارها للإنفاق على عملها من مواردها الخاصة ، وبالنسبة للمشكلات المهنية فتشير نتائج الدراسة إلى أن من ابرز هذه المشكلات داخل المؤسسة عرقلة النجاحات الصحفية من قبل الزملاء ، أما المشكلات المهنية المتعلقة خارج المؤسسة الصحفية فبرزت مشكلة الحصول على المعلومات ، وكشفت الدراسة إلى أن الصحفيات المندوبات هن أكثر إحباطا وأكثر تعرض للإشاعات والمساءلة القانونية ، (تفاحة،٢٠٠٣) .

وهناك دراسة أخرى للباحثتين **عزت حجاب ومحمود شلبية** بدراسة مسحية عام (١٩٩٩) ، بعنوان : " **النساء المهنيات في وسائل الإعلام الأردنية** " هدفت إلى الكشف عن خطاب النساء الإعلاميات وتصورهن لعلاقة المرأة الأردنية بوسائل الإعلام ، وتحليل هذا الخطاب والتعرف إلى خصائص وأراء الإعلاميات في وسائل الإعلام الأردنية والصعوبات التي تواجههن .

وتكونت عينة الدراسة من (٥٠) إعلامية مقسمات كالتالي : (١٥) إعلامية عاملة في الإذاعة الأردنية ، (١٥) إعلامية عاملة في التلفزيون الأردني ، (٢٠) إعلامية عاملة في الصحف اليومية (الرأي ، والدستور، والأسواق) ، ووكالة الإنباء الأردنية . واستخدمت الاستبانة في جمع المعلومات بالإضافة إلى مناقشة أسئلة ومحاور لم تتضمنها الاستبانة ، من خلال اللقاءات الشخصية .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود نوع من التمييز بين الإعلاميين والإعلاميات لصالح الإعلاميين ، وخاصة فيما يتعلق بالترقيات والتدريب وفي توزيع الأعمال والإيفاد لتغطية المهمات الخارجية وحول جدوال الأوقات . كما أظهرت الدراسة أن الإعلاميات الأردنيات يمارسن مختلف أنواع المهن الإعلامية (محررة ، مندوبة ، مذيعة أخبار ، ومنشطة برامج)

كما تشير النتائج إلى أن الصحافية تواجه العديد من المعوقات في مجال العمل الصحفي من أهمها الإحباط الذي يتسبب فيه زملاؤها في العمل ، إذ توجد نسبة كبيرة من الصحافيين لا يرغبون في وجود العنصر النسائي إلى جانبهم ، وكذلك الإحباط الناتج عن بعض شرائح المجتمع التي تفرض عليها طبيعة عملها التعامل معها ، إذ لا تزال بعض الشرائح التقليدية والمحافظة تشكك في قدرات وإمكانيات المرأة الصحفية، ولا تثق بقدراتها على القيام بهذه المهمة باعتبارها مهنة صعبة وشائكة، وقد لاحظ الباحثان عدم استمرارية النساء في العمل الصحفي .

أما فيما يتعلق بانعكاسات العمل في الحقل الإعلامي على العلاقات العائلية والاجتماعية فقد نتج أن نسبة العائلات التي ترفض العمل بالمهنة الإعلامية للإناث هي نسبة قليلة وجدا . وبينت الدراسة أن ما نسبته (٨٨%) من المجتمع الأردني يؤيد اختيار الإناث للمهنة الإعلامية ، وان (١٦%) منه يقف موقف المحايد . وركز ما نسبته (٧٤%) من أفراد العينة على وجوب تخصيص برامج للمرأة من اجل زيادة الوعي بالمواضيع التي تخص المرأة وتعرفها بحقوقها وواجباتها والتأكيد على دورها في المجتمع ، (حجاب ، ١٩٩٩) .

وأما دراسة الباحثة عو**اطف عبد الرحمن** من جمهورية مصر العربية ، عام (١٩٩٤)، بعنوان: " **المرأة العربية والإعلام بين الواقع والاستجابة** " فقد هدفت من خلالها لمعرفة الأداء الإعلامي والاتجاهات الفكرية للإعلاميات العربيات تجاه قضية المرأة في الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع ، توصلت الباحثة إلى أن اغلب القائمين بالاتصال في مجال إعلام المرأة من النساء سواء المحررات في الصحف أو مقدمات البرامج النسائية في الراديو والتلفزيون جميعهن حاصلات على مؤهلات جامعية ، وينتمين إلى الشرائح الوسطى والصغرى من الطبقة الوسطى ومن سكان المدن (العاصمة على وجه التحديد) .

وكشفت الدراسة عن أن حوالي (٧٥%) من الإعلاميات التحقن بالعمل الإعلامي عن طريق العلاقات الشخصية ، بينما لم تزد نسبة اللواتي تقدمن للعمل الإعلامي دون وساطة (٢٥%) ، وتبرز هنا خطورة التحاقهن للعمل بأقسام المرأة دون اقتناع أو تأهيل . وأجمعت الإعلاميات المبحوثات على وجوب تركيز صحافة المرأة على قضايا محو أمية المرأة الريفية ، تنظيم الأسرة، التوسع في مشروعات تشغيل المرأة ، التوعية الصحية والسياسية والاجتماعية ، تدريب القيادات النسائية وترشيد الاستهلاك ، وأشارت الإعلاميات على عدم اقتناع القيادات الإعلامية بأهمية أقسام المرأة والى وجود قضايا محظورة لا يستطعن الخوض فيها . كما توصلت الدراسة إلى غياب الجمهور النسائي واحتياجاته عن قائمة الأولويات الإعلامية ، إذ

لوحظ أن الإعلاميات العربيات لا يمتلكن أي تصور محدد عن الجمهور النسائي الذي يتوجهن إليه برسائلهن الإعلامية .

كما أوضحت الدراسة أن الإعلام العربي يقدم المرأة على أنها مخلوق ناقص فاقد القدرة على التفكير العقلاني ، بالإضافة إلى تصويرها كأداة للجذب والإمتاع الجنسي خاصة في الإعــلانات، (عبد الرحمن ، ١٩٩٤) .

أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فقد تم العثور على دراسة واحدة تتعلق بموضوع البحث وهي دراسة الباحث **مارك لينش** ، عام (٢٠٠٧) بعنوان : "**تدوين الشعب العربي الجديد** " **(Blogging The New Arab Public)** ، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة عدد المدونين العرب ، وما القضايا التي تتناولها مدوناتهم ، ومعرفة أنماط التدوين : من نشطاء تدوين ، و مدونو جسور ، ومدونون في الفضاء العام ، بالإضافة إلى معرفة سياسة المجتمعات التدوينية ، ومستقبل قوة التدوين . وتضمنت عينة الدراسة أشهر واهم المواقع الإلكترونية العربية المستضيفة للمدونين ودراسة القضايا التي تطرح في هذه المدونات .

ومن أهم نتائج الدراسة أن المدونين الناشطين سيعملون من خلال استخدام الإنترنت ومن طرح القضايا في مدوناتهم على تسليط الضوء على الواقع السياسي خاصة في كل من مصر والبحرين والكويت ، إن تدوين الجسور (شكل آخر اقل غرورا من تدوين المرآة) سيلعب بشكل شبه أكيد دورا أكثر أهمية في تشكيل تغطية الإعلام الغربي بالمنطقة ، إن النساء اللواتي يكتبن من الدول التي تفتك بها الصراعات مثل العراق و غزة يوصلن بقوة وبحميمية التحديات البشرية التي تواجه العائلات في تلك البلاد التي تمزقها الحرب ،وان صوت المرأة الحقيقي يكاد يغيب في المدونات العربية ، وان تدوينات النساء العربيات انطلاقا من تجاربهن الشخصية ، وحضور المرأة في المدونات كموضوع ومساهم في المحتوى الإعلامي متواضع من حيث الكمية والنوعية ، وإن التأثير الأكبر للمدونات غالبا ما سيكون مساهمتها في إعادة الحيوية وفي تحويل الفضاء العربي العام ، كما أن وجود أشكال جديدة للنقاش والخطاب العام مع دائرة ممتدة جدا من الأصوات ستجعل من الصعب جدا على النخبة الضئيلة أن تحتكر مجال الخطاب ، (لنش ، ٢٠٠٧) .

وهكذا نجد من العرض السابق للدراسات أنها تناولت موضوع الإعلام بشكل عام ، وصورة المرأة في وسائل الإعلام التقليدية الأردنية بشكل خاص ، وأخرى تطرقت للإعلام الالكتروني العربي ، وعليه فإن ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة ، أنها تعنى بواحدة من أهم تطبيقات الإعلام الالكتروني وهي المدونات blogs ، و تحليل ما يكتب ويدرج في هذه المدونات من قبل النساء الأردنيات تحديدا ، والتعرف على أفكارهن واتجاهاتهن من خلال هذا المدونات ، وما إذا كن يستخدمن هذه الوسيلة الاتصالية الحديثة بما يخدم قضاياهن ويساعد في تغير أوضاعهن ، وما دورهن في تغير صورتهن النمطية في هذا المجتمع الذكوري ، كون مثل هذا النوع من الدراسات يعتبر قليل نوعا ما ، كما أن وسائل الإعلام الحديثة تحتاج للعديد من الدراسات الإعلامية المتخصصة ، لتكوين مخزون علمي يمكن اللجوء له والوصول للحقائق عن هذا العالم .

١-٧ مصطلحات الدراسة :

الاتصال(Communication): هو عملية اتصالية يقوم بها المرسل لتوصيل معلومة ، وتبادل المفاهيم و التفاعل بواسطة الرموز سواء كانت لفظية أو غير لفظية ، بالكلام أو القراءة أو الحركة والإيماء أو حتى الرسم ، ولم يكن حديث النشأة كالإعلام فالاتصال له جذور تاريخية عميقة جدا .

الإعلام(Media): ويعتبر الإعلام شكل من أشكال الاتصال، إلا أن مفهوم الاتصال اشمل واعم من مفهوم الإعلام ، ويعرف الإعلام في اللغة بأنه الإخبار والإبلاغ ، واصطلاحا هو : نقل المعلومات ونشر القضايا والحقائق والثقافات بطريقة معينة من خلال وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة بقصد التأثير.

الانترنت(Internet): تم اشتقاق مصطلح الإنترنت من المصطلح الإنجليزي International Network الذي يعني الشبكة العالمية ، وهي ترابط بين الشبكات حيث تتكون الإنترنت من عدد كبير من شبكات الحاسب المترابطة والمتناثرة في أنحاء كثيرة من العالم ، وتربط أجهزة الكمبيوتر عبر الخط الهاتفي، وعبر هذا الجهاز يستطيع المستخدم أن يرسل ما يشاء من معلومات، ويستقبل ما يريد.

الإعلام الالكتروني(Electronic media): هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الالكترونية وعلى رأسها الإنترنت ويتميز بسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما انه يتمتع بمساحة اكبر من الحرية الفكرية .

المدونات الالكترونية(Electronic blogs): هي نوع من أنواع الإعلام الإلكتروني الحديث التي تختلف في محتواها عما تحتويه وسائل الإعلام التقليدية حيث تعتبر المدونة موقع شخصي يقوم صاحبه بكتابة تدوينات فيه ، والتدوينات هي مدخلات إما أن تكون نصوص أو صور أو فيديو أو أي شكل من أشكال المعلومات .

الصورة النمطية(Stereotybe): هي مجموعة من التعميمات المتحيزة والمبالغ بها، يكوّنها الفرد عن خصائص جماعة معينة من الناس، تتخذ شكل فكرة ثابتة يصعب تعديلها، حتى إذا توافرت الأدلة على خطئها .

الجندر/النوع الاجتماعي(Gender): الأدوار الاجتماعية التي يصنفها المجتمع بناء على الدور البيولوجي لكل من الجنسين ويتوقع منهما أن يتصرفا بناء عليها وتكرس بناء على منظومة من القيم والعادات وتصبح بعد مرور الوقت أمر واقعيا أي أن هذه الأدوار من صنع الإنسان .

تحليل المضمون(Content Analysis): هو مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى ، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني من خلال البحث الكمي ، والموضوعي ، والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى .

فئة الاتجاه(Direction): وهي الفئة التي توضح التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون موضع التحليل بالنسبة للمواقف أو القضايا أو الموضوعات المتضمنة فيه .

فئة الأساليب المتبعة (Methods): هي الأساليب التي اتبعت لعرض الفكرة وشرحها وهل هي أساليب تحليلية ، أم نقاشية ، أم طرح أفكار ، أم إملاء آراء واتجاهات معينة ، أم طلب الآراء والاقتراحات .

فئة الجمهور المستهدف (Target): هي التي تهدف التعرف على الجمهور الذي يهدف القائم بالاتصال توجيه المادة الإعلامية إليه بصفة خاصة ، وتفيد هذه الفئة في التعرف على ما إذا كان القائم بالاتصال يهدف الوصول إلى جماعات معينة أم إلى الجمهور العام .

فئة مصدر المعلومة (Authority): وهي الفئة الخاصة بالكشف عن مصدر المعلومة التي تم عرضها في المادة الإعلامية ، وتتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص أنفسهم ، الصحف ، المحطات الإذاعية أو التلفزيونية ، الأفلام ، الكتب ، والمصادر الأخرى .

الفصل الثاني

الإعلام الالكتروني : الخصائص والاستخدام في الأردن

ليس الإعلام الالكتروني سوى شكل من أشكال الاتصال الإنساني ، فلقد أدى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال الالكتروني في نهاية القرن الآفل وبداية القرن الحالي ، إلى إنتاج وسائل إلكترونية حديثة في التواصل الاجتماعي عملت على إحداث تغيير في علاقات الناس الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم وتأتي الانترنت في مقدمة هذه الوسائل دون منافس ، إذ عملت أكثر من أية وسيلة من وسائل الاتصال الأخرى على إحداث تغيرات جذرية في بنية العلاقات الاجتماعية بين الناس ، (ساري ،٢٠٠٥) .

ويعتبر الإعلام أحد وسائل الاتصال التي يمكننا أن نقول أنها بدأت مع بداية البشرية ، وكان أول حوار أو تبادل للمعلومات بين أول بشر سكنوا الأرض إعلامًا، وتطور الإعلام عبر الزمان والعصور من كونه وسيلة اتصالية تعتمد على تبادل المعلومات ونقل الأخبار إلى معترك مهم ومؤثر قوي على حياة الشعوب والأمم .ولو عدنا إلى الحضارات الإنسانية القديمة وما وصل إلينا من مخلفاتها سنجد أنهم استخدموا الإعلام في علاقاتهم وفي تسيير شؤونهم وفي توثيق مناحي حياتهم وهذا ما نجده جليًا في الحضارة الفرعونية على سبيل المثال التي خلفت إرثًا مليئًا بالمعلومات ما زال العلم الحديث على الرغم من قفزاته الهائلة حائرًا أمام فك بعض رموزها و طلاسمها ، (المسلمي ، ٢٠٠٥) .

وقد قاس بعض العلماء والباحثين تطور حياة بني البشر من خلال تطور وسائل وأدوات الإعلام من خلال التفسير الذي ينظر إلى التطور الاجتماعي للبشرية على ضوء تطور وسائل وأدوات الإعلام ، و من خلال التفسير الإعلامي للتاريخ وهو التفسير الذي ينظر إلى التطور الاجتماعي للبشرية على ضوء تطور وسائل الإعلام بمعنى أن تطور وسائل الإعلام هو العامل الرئيسي في إحداث التطور الاجتماعي للبشرية ، وأنه كما يوجد في التفسير المادي والتفسير السيكولوجي للتاريخ فهناك أيضًا التفسير الإعلامي للتاريخ ، وهو التفسير الذي يقسم التطور الاجتماعي تبعًا لمراحل تطور الإعلام ، فهناك المرحلة السمعية في التاريخ (النفخ في الأبواق والمنادين) ثم المرحلة الخطية (النقش والرسم على جدران المقابر والمعابد والقصور والكتابة المنسوخة على الجلود أو الورق) ثم المرحلة الطباعية (الصحف) وأخيرًا المرحلة الالكترونية (الراديو والتلفزيون والفيديو واستخدامات الكمبيوتر والأقمار الاصطناعية في الإعلام) .

ونستطيع القول أنه منذ بدأ أول حوار بشري بين شخصين أو طرفين وهما آدم وحواء تكونت أول عملية اتصالية بين طرفين تم خلالها إما نقل أفكار من طرف إلى طرف أخر أو تبادل معلومات ، وعليه فان الإعلام يعتبر بما لا يدع مجالًا للشك أو الريبة أول علم تم استخدامه بين بني البشر وهو بذلك يصبح أبًا للعلوم، (المسلمي ، ٢٠٠٥) .

وتطور الإعلام ، وتطورت وسائله وأساليبه وأدواته وأصبح واقعًا لا يمكن لبني البشر أن يتخلوا عنه ، بل وأصبح الإعلام هو المحرك الأساسي للرأي العام والمرآة العاكسة للأحداث . وكانت إلى عهد قريب وسائل الإعلام المكتوبة ولاسيما الصحافة هي المسيطر الأساسي على اهتمام الجماهير، لكن لابد أن تنوع وسائل الإعلام وتتعدد مصادره لكي يكون قادرًا على إيجاد التفاعل الاجتماعي الضروري بما يقدمه من مضامين وأشكال تمثل خصائص الأمة الذاتية من عقائد وقيم وانفعالات ورغبات وتطلعات وأنظمة .

٢-١ تاريخ الاتصال الاجتماعي :

وفي هذه الجزئية من الدراسة سوف يتم الإشارة إلى تطور الاتصال الاجتماعي عبر التاريخ حيث يعتبر الباحثون أن هناك خمسة ثورات اتصالية قد حدثت خلال التاريخ الإنساني وهي : ، (المسلمي ، ٢٠٠٥) .

١- ثورة الاتصالات الأولى : وكانت عبارة عن التعبير بالكلام والرموز الصوتية ، وذلك قبل الميلاد بحوالي ٤٠٠٠ سنة .

٢- ثورة الاتصال الثانية :عندما اخترع السومريون أقدم طريقة للكتابة في العالم وذلك منذ حوالي ٣٦٠٠ سنة قبل الميلاد ، ولكن الكتابة وحدها لم تكن كافية لحل مشكلات الاتصال ، فقد كانت الكتب البدائية باهظة الثمن ، وكانت حكرا على رجال الدين ، وأبناء الطبقة الغنية.

٣- ثورة الاتصال الثالثة : وقد اقترنت بظهور الطباعة على يد "يوحنا جوتنبرغ" ، في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي .

٤- ثورة الاتصال الرابعة : وقد بدأت من خلال القرن التاسع عشر ، واكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين ، وتتمثل في اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية

والتلغراف ، والتلفون ، والفونوغراف ، والقرص المسطح لتسجيل الصوت ، والسينما ، وخدمات الراديو المنتظمة ، والتلفزيون .

٥- ثورة الاتصال الخامسة : وقد بدأت منذ النصف الثاني من القرن العشرين ، وما زالت مستمرة حتى وقتنا الحالي ، ومن أمثلة نتائج هذه الثورة : ظهور الحاسب الآلي الالكتروني ، والأقمار الصناعية .

الأمر الذي يؤكد انه لم تعد توجد اليوم أمة تستغني عن الإعلام ، بل إن الأمم أخذت تتبارى في ميدان فسيح وتحولت وسائله وأجهزته إلى أسلحة شديدة الفعالية على الصعيدين الداخلي والخارجي ، وهو ضرورة من ضرورات الحياة العصرية المتحضرة ولازمة من لوازمها، وهو ركيزة اجتماعية غذتها ثمار النهضة الحديثة ومكنت لها بما أنتجته في الميدان الفكري والمادي.

ويربط بعض الدارسين الإعلاميين ازدهار الحياة ونموها ونشاطها و حيويتها بالقدرة على الاتصال الإعلامي ، ذلك أن هذه القدرة من شأنها تغذية حوار بناء ومثمر بين بني الإنسان يدفعهم إلى التعارف ثم التعاون ، كما يشير إلى ذلك ديننا الحنيف في آيات القران الكريم بقوله تعالـــــــــى : " يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبًا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم " .

إن تنشيط الحوار وتعميق التعارف عبر العملية الإعلامية أمر يشغل بال الإعلاميين في كل مكان، وإن المعرفة المعزولة عن النشاط الإعلامي وفن الاتصال بالآخرين لا تلبث أن تذوي وتفقد قدرتها على النمو الإيجابي ، كما أن النشاط الإعلامي المعزول عن مسيرة المعرفة يفقد تأثيره ويرواح في مكانه ويصبح تكرارا مملا يبعث على السأم والغثيان .

إذن لابد أن تتنوع وسائل الإعلام وتتعدد مصادره لكي يكون قادرًا على إيجاد التفاعل الاجتماعي الضروري ، من هنا كان تنوع وسائل الإعلام من المحكي بداية ، ثم المقروء ، فالمسموع ، فالمرئي ، وأخيرا الالكتروني ، ومن الملاحظ انه مع إدخال وسائط إعلامية جديدة عبر التاريخ الإنساني ، فانه لا يجري أبدا التخلي كلية عن الوسائط الأقدم ، بل على العكس من ذلك ، فان الوسائط الأقدم تتعايش وتتفاعل مع القادمين الجدد ، لذلك فمن الضروري النظر إلى الوسائط كنظام في تغير دائم ، تلعب فيه عناصر مختلفة ادوار متفاوتة التأثير .

وهنا سيتم التركيز على وسيطة الإعلام الالكتروني :
تعريفه والخصائص التي تميز بها ، والفروق الهامة بينه وبين الإعلام التقليدي ، وبعض أشكاله وخصائصه ، بالإضافة إلى الإشكاليات التي تواجه انتشاره .

٢-٢ الإعلام الالكتروني

يعتبر الاندماج بين تكنولوجيا الأقمار الصناعية ، وتكنولوجيا الحاسب الالكتروني (الكمبيوتر) ، قمة ما أنتجه العقل البشري من اختراعات ، والتي أطلقت الانترنت ، والصحافة الالكترونية ، وأدخلت الإنسانية إلى عصر تفاعلي ، بلا قيود وليس له حدود ، في التواصل بين الناس من كل الأجناس ، كما فرضت الصحافة الإلكترونية واقعاً إعلاميا جديدا بكل المقاييس، حيث انتقل بالاتصال إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة على الفضاء الإلكتروني المترامي الأطراف بلا حدود أو حواجز أو فوارق .

ففي شهر أكتوبر/تشرين الأول من عام ١٩٦٩ بدأ علماء من جامعة كاليفورنيا الأميركية تجربة علمية مثيرة، لم يكن القائمون عليها يتصورون النتائج الباهرة التي ستثمرها، والأثر العميق الذي ستتركه على مسيرة التاريخ الإنسان ، كانت التجربة العلمية محاولة لربط جهاز كمبيوتر في مدينة لوس أنجلوس بكمبيوتر آخر في مدينة منلو بارك بخط هاتفي، بحيث يستطيع الجهازان العمل معا في شكل نظام اتصال مغلق ، ولم تكن غاية أولئك العلماء الأميركيين بالطبع تسهيل مهمات الحركات الثورية في العالم الثالث ، ولا توفير وسائل إعلام سريعة وإعلام حر وفعال لدعاة الإصلاح والتغيير في العالم العربي والإسلامي ، وإنما كان هدفهم إبقاء أنظمة الصواريخ النووية الأميركية فعالة، حتى بعد تعطل جزء منها في حرب مدمرة ، (أبو عيشه ، ٢٠٠٩) .

٢-٢-١ تعريف الإعلام الإلكتروني

مهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام ، إلا أنها تلتقي في نقطة واحدة وهي أنه لا يمكن تحديد مفهوم دقيق للإعلام دون ربطه بطبيعة المجتمع الذي يتوجه إليه بجميع مقوماته السياسية والاجتماعية والاقتصادية وقد عرف" محمد خضر" الإعلام بأنه "الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن بغرض التعريف عما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الأخبار والأنباء المختلفة الأنواع والتعليم والترفيه وإشباعا لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر وهو كذلك ، العلم الذي يدرس إتصال الإنسان إتصالا واسعا بأبناء جنسه وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ردود فعل ، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك وبشكل آخر الإعلام هو عبارة عن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة" ، (خضر ، ١٩٨٧) .

أما الإعلام الإلكتروني (Electronic media) هو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الالكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية ، و تعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة الأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الالكتروني الحديث ، وقد غدا واضحاً أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغي ما سبقها من وسائل ، فالمذياع لم يلغ الصحيفة والتلفاز لم يلغ المذياع ولكن الملاحظ أن كل طرق الإعلام المستحدث يخصم الكثير من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط استخدامه وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة ، فلقد فرضت ظهور الإنترنت ومن بعدها الإعلام الإلكتروني واقعاً مختلفاً تماماً، إذ أنها لا تعد تطويراً فقط لوسائل الإعلام السابقة وإنما هي وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الإعلام الإلكتروني المرئي والمسموع، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته ، (ابو عيشه، ٢٠٠٩)

ويكفي علماً أن عدد مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط وحدها بلغ ٤٥,٨٦١,٣٤٦ مستخدماً يمثلون ١٣% من تعداد السكان، ونسبة ٨.٨ %% من المستخدمين في العالم، وبنسبة تضاعف بلغت ١,٢٩٦.٢ % خلال السنوات الثماني الماضية (٢٠٠٠-٢٠٠٨) ، و ٤٩١.٤% في العام الأخير فقط ، ويتضاعف هذا الرقم في ظل ثورة المعلومات الإعلامية والتي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام ، فبثت القنوات التلفزيونية على الهاتف المحمول ، وكذلك تطوير شبكات المحمول والإنترنت و تصفح المواقع الإلكترونية عبر الهاتف المحمول بسرعة وجودة توازي التصفح على الحواسيب، حيث بلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة على مستوى العالم ما يفوق أربع مليارات مستخدم ، و لم يتوقف التغير على الوسيلة الإعلامية فقط أو كم الجمهور وإنما تعداه لطبيعة هذا الجمهور وموقعه من العملية الإعلامية المكونة من مرسل ومستقبل ووسيلة ورسالة ورجع صدى، إذ تغيرت تماماً عناصر هذه العملية في ظل ثورة الإعلام الإلكتروني وصار بينها نوع من التداخل والتطور النوعي ، أهمه اختفاء الحدود بين المرسل والمستقبل فأصبح الجمهور هو صانع الرسالة الإعلامية ، وأبرز مثال على ذلك ظاهرة المواطن الصحفي والتي مثلت اتجاه كاسح في الإعلام الإلكتروني ، (موقع المبادرة العربية لانترنت حر ، www.openarab.net) .

كل ما سبق وغيره مما يصعب حصره من الأسباب تؤكد أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام المستقبل ، ومن ثم وجب الاهتمام به ، والدليل على ذلك اتجاه الصحف إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني ، فقد أثبت في سنوات عمره القليلة أنه أكثر جدوى في الوصول إلى الجمهور من الصحف التقليدية، وكثيرا ما يلبي احتياجات قراء الصحف ومشاهدي التلفزيون ومستمعي الإذاعة في آن واحد .

كما تعد هذه الوسيلة الإعلامية ثورة في مجال التفاعل مع الجمهور، إذ أثبتت قدرة هائلة على تقديم مواد تفاعلية لم يسبق أن قدم التاريخ مثيلا لها حتى في التواصل المباشر بين الأشخاص ، ولعل الضجة الإعلامية التي أثيرت حول الإعلام الالكتروني لم تأت من فراغ ، حيث يشكل إحدى إنجازات الثورة التكنولوجية ، وقد ساد الإعلام ووسائله الالكترونية الحديثة ساحة الثقافة ويؤكد على محورية الإعلام في حياتنا المعاصرة ذلك الاهتمام الشديد التي تحظى به قضايا الفكر والتنظير الثقافي المعاصر, حتى جاز للبعض أن يطلق عليها ثقافة التكنولوجيا ، ثقافة الاتصال ، ويمكن القول أن الإعلام الالكتروني هو "عبارة عن نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم, والمبادئ العامة والأهداف ، وما يميزه عن الإعلام التقليدي أنه

يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة ، ومؤثرة بطريقة أكبر وتتيح الانترنت للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة بطريقة الكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث المطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت ، والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها إما مع إدارة الموقع أو مع متلقين آخرين .

٢-٢-٢ خصائص الإعلام الالكتروني

هناك خصائص كثيرة تميز الإعلام الالكتروني عن غيره من أشكال الإعلام التقليدية الأخرى ومن أهم هذه الخصائص نورد مايلي : ، (ناصر ،٢٠٠٩) .

أولا : الوسائط المتعددة : لأول مرة تستطيع وسيلة إعلام واحدة جمع كافة أشكال وسائل الإعلام الأخرى في وسيط واحد ، فقد أتاحت الانترنت لوسائل الإعلام أن تجمع بين النص المكتوب و المسموع والمرئي في وسيط واحد ، حيث أصبح بإمكان المتلقي قراءة ومشاهدة وسماع خبر أو تقرير أو تحقيق ، الأمر الذي أدى إلى زيادة مصداقية هذه الوسيلة قياسا بالوسائل الأخرى خاصة عند مراعاة مبادئ ومواثيق العمل الإعلامي ، وبالتالي نجم عن هذه الخاصية أن حدث تغير في مفهوم العمل الصحفي وأدواته ، بحيث بات على الصحفيين العاملين في هذه الوسيلة الإلمام بطرق عمل هذه الوسائل جميعها والتعامل مع أدواتها التقنية .

ثانيا : الترابطية : لقد سمحت تقنيات شبكة الانترنت لوسائل الإعلام روابط داخلية وخارجية سواء للمواقع أو للمواد الإعلامية الأمر الذي وفر قدرا هائلا من المعلومات وفرض متغيرات في طريقة عمل المحررين ، أن ميزة استخدام الروابط على المواد المنشورة سلفا سواء داخل أو خارج المواقع أو الربط مع مواقع خارجية أتاح للمحررين التخلص من عناء تذكير القارئ بالتطورات السابقة أو في تعريفه بالمفاهيم والمؤسسات وغيرها ، كما أتاحت هذه الخاصية للمتلقي أن يحصل على قدر كبير من المعلومات تضعه في كافة تصورات الحدث ودون عناء البحث عن مواد أرشيفية .

ثالثا : الحرية والتفاعلية : قد لا تكون هذه الخاصية ذا قيمة مضافة صافية للإعلام الالكتروني لان الميزة تكمن في أن المتلقي يستطيع الإدلاء برأيه بحرية اكبر بكثير من أي وسيلة إعلام أخرى ، وهذا الإدلاء بالرأي يكون بالحجم الذي يريد وفي الوقت الذي يحدده هو لا المحررون

كما أن هذه الخاصية أصبحت مصدرا مهم للمعلومات وللتنبيه إلى القضايا والمشاكل التي تهم الجمهور، ومقياسا لمعرفة توجهات وأراء جمهور وسيلة الإعلام ، وبالتالي فقد أسهمت في إعادة صياغة السياسات التحريرية لوسائل الإعلام ، كما سمحت لبعض المواقع أن تلتقط كفاءات مهنية من بين المعلقين .

رابعا : السرعة والسهولة ولا محدودية المساحات : حيث سمحت تطورات تقنية الانترنت والتقنيات الأخرى لوسائل الإعلام أن تعمل بشكل أسرع من بقية الوسائط الإعلامية الأخرى ، ففي الصحافة الالكترونية أصبحت وسائل الإعلام أكثر سرعة في نشر الأخبار العاجلة بحيث لا يتطلب الأمر أكثر من كاميرا هاتف محمول ومسجلة وجهاز كمبيوتر محمول يمكن أن تجتمع هذه الأجهزة جميعها بجهاز المحمول وبالتالي نقل الحدث أول بأول بالصوت والصورة والنص كما سمحت الانترنت للمحررين بتجديد الأخبار والمواد الإعلامية على مدار الساعة لا بل تدارك الأخطاء في حينها ، ووفرت كذلك للصحفيين وسيلة إعلام رخيصة نسبيا وقليلة التكاليف قياسا بكل الوسائل الأخرى ومع ذلك فهي وسيلة لا تعرف حدودا ، فبإمكان المحرر إدراج كميات لا متناهية من المعلومات على الشبكة دون النظر إلى كمية الورق المستهلك أو وقت البث أو قدرة الاستوديوهات وغيرها

خامسا : سحب المعلومة لا دفعها :كما أتاحت تقنيات الانترنت للمتلقي أن يطلب المعلومة التي يريد في الوقت الذي يريد ، بحيث أصبح المتلقي يحدد نوعية المعلومات التي يرغب أن يطالعها بعيدا عن أولويات محرري وسائل الإعلام وديكتاتوريتهم ، مما أدى إلى زيادة التنافسية بين وسائل الإعلام ، الأمر الذي أدى بالتالي في كثير من الأحيان إلى تحسين عمل وسائل الإعلام وجعلها أكثر التصاقا بأولويات الجمهور و أكثر ديمقراطية .

سادسا : استرجاع المعلومات : كما وفرت تقنيات الانترنت للصحافي والصحافة بشكل عام سهولة استرجاع المعلومات قياسا بأي أوعية معلومات أخرى ، كما توفر المواقع الإعلامية قسما خاص لعملية البحث واسترجاع المعلومات سابقة النشر .

٢-٢-٣ العلاقة والفروق بين الإعلام الالكتروني والإعلام التقليدي

في هذه الجزئية سوف نتعرف على طبيعة العلاقة بين الإعلام الالكتروني والإعلام التقليدي و أهم التوافقات والفروقات بينهما ، والتي يمكن حصرها من خلال النقاط التالية : (ابو عيشه ، ٢٠٠٩).

١- إذا كانت الصحافة هي السلطة الرابعة، فمن الطبيعي أن تحتاج هذه السلطة إلى رقابة ما وهذه الرقابة لا تكون بالمنع أو الحبس بالتأكيد حيث أن الرأي لا يواجهه سوى الرأي الآخر، وعلى هذا فإن أهم أدوار الإعلام الإلكتروني المستقل هو ممارسة الرقابة على الإعلام التقليدي سواء كان ذلك بالنقد أو الإشادة وهو الدور الذي تقوم بها الكثير من المدونات.

٢- لا يمكن مطالبة الإعلام الإلكتروني المستقل بالالتزام بمعايير الإعلام التقليدي من حيادية وموضوعية، فقوة الإعلام الإلكتروني المستقل في الأساس تنبع من تنوعه ومن تعبيره عن رؤية الأفراد للحدث الواحد والقارئ في النهاية هو الحكم، كما أن تغطية نفس الحدث من أكثر من جهة ، يعطى زوايا وأبعاد أخري مختلفة للموضوع مما يرسم صورة إجمالية للحدث أو الموضوع .

٣- يجب المحافظة على مساحة الحرية المطلقة التي يتمتع بها الإعلام الإلكتروني المستقل، حيث تلعب هذه المساحة دوراً هاماً في تميزه عن عمل الصحافة التقليدية، فالأخبار والمعلومات التي لا يمكن نشرها في الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي يتم نشرها من خلال المدونات والإعلام الإلكتروني المستقل .

٤- يظل الجانب القانوني في علاقة الصحافة الورقية بالإعلام الإلكتروني المستقل من الجوانب الغامضة التي تحتاج إلى بحث خصوصاً على صعيد حقوق الملكية الفكرية، فهل نشر صحيفة لصور التقطها مدون يعتبر تعدى على حقوق ملكيته الفكرية وهل من حق المدون في هذه الحالة المطالبة بتعويض مادي من الصحيفة، طبعاً هذا إلى جانب نشر تدوينات كاملة دون استئذان المدون.

٥- رغم أهمية الإعلام الإلكتروني ، فلا يمكن لها أن تلغي الدور الذي تقوم به الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي ، والسبب ببساطة أنه لا يمكن لفرد واحد – مدون– أن يقوم بالدور الذي تلعبه مؤسسة صحفية كاملة من تغطية جميع الأحداث بشكل يومي أو

أسبوعي، كما أن النقطة الأقوى للمدونات التي تجعلها متقدمة على الصحافة الورقية ليس في أسبقيتها في نشر الخبر، بل في معالجتها للأحداث بطريقة مبتكرة وبلغة حية تخلو من برودة الأسلوب الحيادي .

أما فيما يتعلق بالفروق بين الإعلام الالكتروني وبين الإعلام التقليدي فهي تتمثل فيما يلي : ، (ناصر، ٢٠٠٩) .

1-المساحة الجغرافية :

يمكن للموقع الإعلامي أن يصل – عن طريق الانترنت – إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جدّا من وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيدة – في أغلب الأحيان – بحدود جغرافية محددة. وحتى إذا تمكنت بعض وسائل الإعلام التقليدية من تجاوز "محليتها " فإنها لا تضمن نشر رسائلها الإعلامية إلا على عدد محدود من المتلقين في العالم ، لذلك تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة الكترونية لها في الانترنت.

٢- عامل الكلفة :

يبرز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة, وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إعلامي إلكتروني من حيث أنه يوفر على صاحب جريدة ما جزءا من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة ويضمن له في الوقت نفسه عددا أكبر من القراء، ولكن هناك إشكالية تعترضنا في هذا المجال ، حيث يمكن لمدير الصحيفة من تغطية ميزانية الجريدة من خلال النسخة الورقية ، ويمكن أن يغطي جزءا آخر من الميزانية من مرد ودية الإشهارات ، وهذا ما يختلف عند الحديث عن تأسيس موقع إلكتروني للصحيفة من ناحية المردودية ، وهنا نلاحظ عامل الكلفة بالنسبة للصحيفة ، فالصحيفة الناجحة تحاول أن توافق بين إصدار أعداد ورقية ، وفي نفس الوقت تحاول إنشاء موقع لها على شبكة الانترنت.

٣- عنصر التفاعلية :

إن أحد أهم الفروق التي تميز الصحيفة الالكترونية عن الصحيفة الورقية ، بل وتميز الإعلام الالكتروني الجديد عن الإعلام التقليدي القديم ، هي ميزة التفاعل ، والذي يكون في بعض الأحيان مباشرا، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحاور المباشر مع مصممي الموقع و عرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع ، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين ، والمحادثة "Chating" حول مواضيع يتناولها الموقع ، أو يطرحها زوار

ومستخدمو الموقع وكذلك القوائم البريدية ، كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات، والحصول عليها ، وإرسالها وتبادلها عبر البريد الالكتروني .

وأهم خاصية أتاحتها الانترنت في هذا المجال هي عملية التفصيل الشخصي للمعلومات "Personnalisée"وينتج عن هذه الخاصية إتاحة الإمكانية لزائر الموقع لاختيار المواضيع أو المقالات الإخبارية، أو خدمات يرغب المستخدم في الحصول عليها بشكل مسبق ، وفي جميع الأحوال لا ينبغي ظهور هذا النوع الجديد من الإعلام بكل ما يمتلك من خصائص مهمة أن يحجب عنا بعض الإشكاليات والمساوئ التي يحتمل أن ترافق الإعلام الالكتروني ، حيث تطورت تقنيات التزييف بشكل كبير، وخاصة مع ظهور الأجيال الحديثة من الحواسيب المتطورة القادرة على تغيير شكل المعطيات وخاصة على مستوى الصور, كما أن ترويج هذا النوع من "الأخبار" الزائفة أصبح أكثر سهولة من خلال الانترنت.

٤– خاصية التنوع :

كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصّصة لانجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة التقليدية "الورقية"، وبما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصّصة للتحرير، والمساحات الأخرى كالإشهار ، كذلك كانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصّصة للتحرير ، وبين تلبية حاجيات الجمهور .

وهنا جاء دور "نسيج " الانترنت الذي يسمح بإنشاء صحف متعدّدة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظريا يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعدّدة من الاهتمام وطريقة النص الفائق" Hyper text" هي المحرك لهذا التنويع في الإعلام والذي يمكن من إيجاد نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطا مختلفة من المقاربات ، والمصادر والوسائل الإعلامية ترتبط فيما بينها جميعا بشبكة من المراجع .

٥ – خاصية المرونة:

تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي "مستخدم الانترنت" ، إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت ، أن يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه ويلعب الحاسوب هنا دورا مزدوجا فهو من جهة الوعاء المادي الذي يؤمن الاتصال بالإنترنت والتعامل معها بالإضافة إلى وظيفته الأساسية المتمثلة في معالجة المعلومات ، وتخزينها بمختلف الأشكال والطرق. وكلما ازدادت قدرات الحاسوب ، ازدادت مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية .

أما على المستوى الإعلامي تبرز خاصية المرونة ، من خلال قدرة المستخدم على الوصول – بسهولة – إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة ، والتمييز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد ازدادت كثيرا مع ظهور الانترنت التي سهلت كثيرا من عمليات تركيب الصور ، وتعديل الأصوات وغيرها .

ويرى فريق الخبراء أن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي، يتسم بما يلي : (ابو عيشه ، ٢٠٠٩)

- إعلام مفتوح.
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه.
- تخطي حدود الدول.
- تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الإعلامية .
- تنوع وشمول المحتوى.
- حرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة.
- توسيع دائرة التنافس الإعلامي.
- الاعتماد على خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي.
- تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.
- ظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل "إعلام الفرد" القائم على البث الشخصي .

وعليه يعتبر الإعلام الالكتروني الحديث كغيره من أمور العصر ، بات في مفترق طرق ، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية ، والثقافية ، مازال التنظير له تائها بين العلوم الإنسانية ونظريات المعلومات والاتصالات ، وعلى ما يبدو فإن الإعلام يحمل في جوفه تناقضا جوهريا ، يكمن في حيرته بين رسالة الإعلام وهي الإعلان وبين مراعاة مصالح الحكام والحرص على مصلحة المحكومين ، وما بين غايات التنمية الاجتماعية ومطامع القوى الاقتصادية التي تعطي الأولوية للإعلام الترفيهي لا التنموي وقد بدت مظاهر التناقض الجوهري أكثر وضوحا في ضوء متغيرات عصر المعلومات .

وكما هي الحال على جبهتي اللغة والتربية ، حيث بات الإعلام في أمس الحاجة إلى رؤية جديدة ومغايرة ، فالمنظومة الإعلامية بصورتها الحالية تعد مثالا صارخا لإساءة استخدام التكنولوجيا، ويكفي دليلا على ذلك ، تلك الهوة الفاصلة بين غايات الإعلام وواقعه ، وبين زيف أقنعته وحقيقة دوافعه .

ونشير هنا أيضا إلى المنافسة بين المواقع الإعلامية الالكترونية التي قد تحسم الأمور لصالح المواقع الأكثر تطورا من الناحية التقنية والأكبر حجما على مستوى المضمون ، كما أن هذه المنافسة قد تساهم في التخفيف من طموح وسائل الإعلام المحلية التي ترغب في احتلال مساحة ما على الانترنت خدمة لمصالح جمهورها والذي نجده – الجمهور– قد يتخلى عن وسائل الإعلام المألوفة له ، لصالح وسائل أخرى لها القدرة على مدّه بالمعلومات التي يرغب فيها أكثر من تلك الوسائل المحلية ، كما هو الشأن في أغلب دول العالم الثالث ، وفي كل الأحوال يمكن أن يجد إعلامنا مكانة داخل الانترنت ، بالرغم من السيل المعلوماتي .

٢-٢-٤ أشكال الإعلام الإلكتروني

أما بالنسبة لأشكال وتطبيقات الإعلام الالكتروني والانترنت فهي متعددة ، وهنا سوف ندرج أهمها التي تتمثل فيما يلي : ، (ناصر ، ٢٠٠٩) .

- المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، و" حزم النشر الصحفي."
- الإذاعة الإلكترونية والتليفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التليفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتليفزيوني" والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
- خدمات الأرشيف الإلكتروني.
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.
- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة : تواصلية ومعرفية وترفيهية .
- المدونات.(Blogs) (ونظرا لأهمية هذا الشكل من أشكال الإعلام الالكتروني سوف نفرد له فصلا خاص هو ما يتضمن لب هذه الدراسة) .
- خدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل:

- البث الحي على الهاتف الجوال.
- بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـــ SMS والـــMMS
- بث خدمات الأخبار العاجلة.

٢-٢-٥ الإشكاليات التى تواجه انتشار الإعلام الالكتروني

لابد من تسليط الضوء على أهم الإشكاليات التي تواجه انتشار الإعلام الالكتروني نظرا لأهمية هذه الجزئية في دراسة هذه الوسيلة الإعلامية ، وهذه الإشكاليات والصعوبات تتمثل فيما يلي :

- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة و مصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها، فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- تفتيت دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية.
- ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

٢-٣ الإعلام الالكتروني في الأردن

تعتبر الأردن من الدول التي تتمتع بحرية نسبية في قطاع الاتصالات والإنترنت ، فهي من الدول العربية التي تشهد نمواً سريعاً في قطاع الاتصالات والإنترنت بل تكاد تكون الأكثر ريادة فيما يتعلق بخصخصة القطاع وتعزيز قيم التنافسية بطريقة تعود على المستهلك بالنفع الكبير ، ويشرف على هذا القطاع الهام "هيئة تنظيم قطاع الاتصالات" والتي تأسست بموجب قانون رقم ١٣ لسنة ١٩٩٥ كمؤسسة حكومية مستقلة، وتشرف تلك الهيئة على قطاعين هما: قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وقطاع البريد. وقد تم الإبقاء على استقلالية الهيئة مع تحويل وزارة البريد والمواصلات إلى وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات عام ٢٠٠٢.

ففي عام ١٩٩٧ تم تحويل مؤسسة الاتصالات السلكية واللاسلكية إلى شركة مملوكة للحكومة بالكامل هي شركة الاتصالات الأردنية، وتم بيع أسهمها تدريجيا عبر الأعوام التالية لتمتلك "فرانسس تلكوم" معظم أسهمها بنهاية ٢٠٠٦. وفي عام ١٩٩٩ تم منح رخصة لتقديم خدمة الهاتف النقال لشركة البتراء "موبايلكم" لتصبح ثاني شركة، تلتها شركة "أمنية" في نهاية ٢٠٠٤ لتصبح الشركة الثالثة في السوق.

وفي بداية ٢٠٠٥ تم إنهاء احتكارية شركة الاتصالات الأردنية لخدمة الاتصالات الثابتة وفتح سوق الاتصالات الثابتة بالكامل، ومُنحت الشركة البحرينية الأردنية للتقنية والاتصالات/ بتلكو الأردن رخصة تقديم خدمات الاتصالات الثابتة. وكان لهذا التدرج السريع في تحرير سوق الاتصالات وفتح باب المنافسة أمام الشركات أثر كبير في تخفيض تعريفة المكالمة. وبلغ عدد مشتركي الهواتف النقالة في ٢٠٠٧ نحو ٤,٧ مليون خط، ثم ٥,٣ مليوناً عام ٢٠٠٨ بنسبة انتشار تعادل ٩١% تقريبا، أما عدد الهواتف الثابتة فيبلغ نحو ٥١٩ ألفاً ، وبلغ حجم الاستثمارات في ذلك القطاع بشقيه نحو ٨٨ مليون ديناراً (حوالي ١٢٤.٢ مليون دولار) عام ٢٠٠٨ بالإضافة إلى ٢٢ مليون دينار استثمارات في خدمات الإنترنت ، ويساهم قطاع الاتصالات بما يزيد عن ١٠% من الدخل القومي للمملكة .

أما فيما يتعلق بعدد مستخدمي الإنترنت ، وحسب الإحصاءات الرسمية، فإن عدد مشتركي الإنترنت ارتفع بالكاد من ١,٣% عام ٢٠٠١ إلى ٤% عام ٢٠٠٨ ، أي حوالي ٢٣٠ ألف مشترك. لكن ثمة زيادة طفرية في عدد المستخدمين بين عامي ٢٠٠٦ – ٢٠٠٨، حيث قفز من ٧٧٠ ألف مستخدم إلى ١,٥ مليون مستخدم . وباعتبار الرقم الأخير فإن نسبة انتشار الإنترنت في الأردن بنهاية ٢٠٠٨ هي ٢٦% وتكون بذلك في مرتبة متقدمة عربياً، وتشير تقارير إلى أن

النسبة بلغت ثلث الأردنيين في ٢٠٠٩ ، الفضل في ذلك يعود – كما يؤكد معظم المراقبين – إلى اشتعال المنافسة وحرب الأسعار في عام ٢٠٠٧، فقد كان أحد أهم الأسباب وراء قلة انتشار الإنترنت وجود "شبه اتفاق ضمني" بين شركات تزويد خدمات الإنترنت في الإبقاء على أسعار تحقق هامش ربح عالٍ نسبيا، وبالرغم من العديد من المبادرات التعليمية التي قام بها القطاع الخاص والأكاديمي والرسمي فقد بقي الإنترنت واسع النطاق ADSL المتاح منزليا بعيد المنال للغالبية العظمى من فئات المجتمع ، في يونيو ٢٠٠٧ دخلت الشركة "أورانج" إلى سوق الإنترنت ضمن منظومة شركة الاتصالات الأردنية، وكان لدخولها أثراً سريعاً، إذ خفضت الشركة أسعار الاشتراك السنوي في الإنترنت واسع النطاق بنسبة تقارب الثلث حتى وصلت إلى ١٢ قرشا أردني (نحو ١٦سنت أمريكي) في اليوم للخط بسرعة ١٢٨ كيلوبايت وتزيد ، وبعد ذلك قررت شركة باتلكو الأردن أن تشعل المنافسة بتخفيض الاشتراك إلى ١٠ قروش .
وهكذا استمرت المنافسة مع تقديم شركتي أمينة وزين خدمة الإنترنت اللاسلكي Wireless. وقد وصلت الأسعار حالياً إلى معدلات – لا تزال مرتفعة – لكن معقولة نسبياً، فبعدما كان الاشتراك في خط بسرعة ٢٥٦ ك.ب/ثانية يكلف مايزيد عن ٣٠٠ دينار أردني سنوياً حتى منتصف ٢٠٠٧. أصبح الآن (في ٢٠٠٩) الاشتراك في خط ٥١٢ ك.ب/ثانية – أي ضعف السرعة – يكلف أقل من ثلثي المبلغ – أي نحو ٢٠٠ ديناراً سنوياً. مع ملاحظة أن الأسعار السابقة لا تشمل الضرائب، (موقع هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية ، www.trc.gov.jo) .

و رغم أن قطاع تكنولوجيا المعلومات حديث النشأة في الأردن إلا أنه يسير بوتيرة متسارعة لكي يأخذ مكانه في الخريطة الإقليمية والعالمية ، وتعتبر الأردن واحدة من الدول العربية التى تشهد نهضة كبرى في مجال تكنولوجيا المعلومات وبالتالي يكتسب استخدام الإنترنت أهمية مضاعفة، والهدف الأساسي كما أعلنته الحكومة هو تحويل الأردن لمنطقة جاذبة للاستثمارات في هذا المجال ، وقد أوضحت الحكومة الأردنية رؤيتها لمجال الاتصالات والمعلومات في وثيقة السياسة العامة للحكومة التى أقرها مجلس الوزراء في ٤ سبتمبر ٢٠٠٣ والتي جاء فيها التزام الحكومة بتنفيذ عدد من المبادرات التى تهدف إلى تحقيق سياستها باتجاه تنمية المشاركة الرقمية، وتحفيز الطلب على خدمات الإنترنت بشكل خاص، وفى الوقت نفسه التأكيد على إعطاء الأهداف الخاصة بهذا السوق أولوية كبيرة وإزالة أي عقبات تعيق تنفيذ هذه السياسة .

انتشرت أنماط الإعلام الإلكتروني في الأردن مؤخرا ، وبشكل يتناسب مع الانتشار الهائل لها في الإعلام العالمي ، ولأن الأردن جزء من العالم العربي والدول النامية التي لا زالت ترزح

تحت وطأة التشريعات المقيدة لحرية التعبير والتجمع والتنظيم ، فإنه من المنطقي أن يكون التأثير الهيكلي للإعلام الإلكتروني على نسق الحريات العامة في الأردن تأثيرا جوهريا وربما ثوريا في بعض الحالات .

كما أن صناعة الإعلام الإلكتروني باتت فرصة كبيرة للإعلاميين في الأردن ، ويتسابق الصحافيون المحترفون على تأسيس مواقع متعددة للإعلام الإلكتروني مستفيدين من الحرية الواسعة في التحرير والنشر والتعليق والتي تتجاوز كل ما هو متاح في وسائل الإعلام التقليدية ، إضافة إلى تزايد شعبية هذه الوسائل الإعلامية والتي تتميز بالحصول على الخبر السريع وفتح المجال أمام التعليقات والآراء المختلفة.

الإعلام الإلكتروني في الأردن هو حاليا إعلام بوابات إعلامية Portal وهي مواقع إخبارية يقوم على تحريرها مجموعة من الإعلاميين ولها تبويب يشبه الصحافة التقليدية ، والنوع الآخر هو المدونات Blogs والذي يقوم بتحريره الأفراد سواء من الصحافيين المحترفين أو الهواة وهو الأقل انتشارا وتأثيرا في الأردن .

أما فيما يتعلق بقانون الاتصالات والانترنت في الأردن فعلى الرغم من عدم وجود تشريعات شاملة خاصة باستخدام الإنترنت في الأردن، إلا أن الدولة تسعى لملء هذا الفراغ واستحداث القوانين التى تغطى كل نواحي الاستخدام، ولكنها حتى الآن لم تقدم تشريعات خاصة بالنشر على الإنترنت أو بخصوص إساءة الاستخدام، ويركز قانون الاتصالات الأردني على تحديد تنظيم خدمات الاتصالات وفقا لسياسة الحكومة، ويركز القانون أيضا على الحد الأدنى لدرجة جودة الخدمة التى يجب على مقدمي خدمات الاتصالات الالتزام بها ، وتكاد كل المصادر تجمع على أن استخدام الانترنت في الأردن يحظى بحالة من الحرية لا تعرفها الكثير من الدول العربية، وتؤكد الحكومة بشكل رسمي أنه لا توجد رقابة أو حظر يتم ممارسته على محتويات المواقع أو على الاتصالات الالكترونية المختلفة من مجموعات الأخبار أو الرسائل الالكترونية أو أي شكل من أشكال استخدام شبكة الإنترنت ،(موقع هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية ، www.trc.gov.jo) .

وتعتبر مقاهي الإنترنت في الأردن إحدى الوسائل الهامة للتعامل مع الشبكة خاصة بالنسبة للشباب والطلبة الذين لا يمتلكون أجهزة كمبيوتر شخصية، أو لا يملكون القدرة على دفع اشتراك للانترنت، وتبلغ تكلفة ارتباط المقهى الواحد بشبكة الانترنت حوالي ٣٢٠٠ دينار شهريا (٤٤٨٠ دولار) وهو رقم كبير، ولكن أصحاب المقاهي يقولون إنها تمثل استثمارا جيدا رغم تقديمهم للخدمات بسعر معتدل (٠.٤٨ دولار) للساعة الواحدة ، وتشير بعض الأرقام المتوافرة أن عدد مقاهي الإنترنت يبلغ حوالي ٥٠٠ مقهى وتشير إحصائيات إلى أن الفئة العمرية من ١٨-٢٢ عاما شكلت النسبة الأكبر من رواد مقاهي الإنترنت في عمان وإربد أكبر مدينتين في الأردن حيث بلغت نسبتهم أكثر من ٤٤% (٣٥)، وأن أكثر استخدام للإنترنت بين الشباب هو المحادثة الالكترونية أو "الشات" حيث تشكل ما نسبته ٨٥% من أنواع استخدام الإنترنت في الأردن .

وفيما يتعلق بمقاهي الإنترنت تمتلك الأردن رقما عالميا فريدا في شارع "شفـــــيـــــق أرشـــــــيدات" (شارع الجامعة) في مدينة إربد، نتيجة قربه من جامعة اليرموك ثانية الجامعات الأردنية والتي تجتذب آلاف الطلبة العرب والأجانب بالإضافة إلى الأردنيين وصل عدد مقاهي الإنترنت في هذا الشارع إلى ما يزيد عن ١٣٠ مقهى يرتادها في المتوسط ١٢٠ شخص يوميا ، ولا توجد قيود صارمة للحصول على ترخيص بافتتاح مقهى للإنترنت، ولكن في الفترة الأخيرة أصدرت الحكومة قرارا بتخفيض عدد الساعات التى تعمل فيها هذه المقاهي بعدما كانت تعمل على مدار الساعة ، وفى الوقت نفسه لا يوجد أي حظر على تصفح مواقع معينة من المنبع بشكل رسمي ولكن معظم المقاهي مزودة بنظام "فاير وول" لحجب بعض المواقع اتوماتيكيا ولكن هذا الأمر لا يمنع الزوار من الشباب والفتيات من زيارة أي مواقع بما فيها المواقع الإباحية كما تؤكد التقارير الصحفية .

ومن الظواهر اللافتة للنظر أيضا أن الاستطلاع الذي أجرته دائرة الإحصاءات العامة والذي شمل (١٠٠٠) عائلة أردنية أثبت أن الذكور أكثر استخداما للكمبيوتر والانترنت من النساء، ولكن هذا الأمر آخذ في التغير مع ارتفاع عدد الفتيات اللواتي يرتدن مقاهي الإنترنت بشكل واضح .

كما أكدت إحصائيات حديثة صادرة عن هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردني تضاعف عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن أكثر من ٦ مرات خلال السنوات السبع الماضية ليسجل مع نهاية العام ٢٠٠٨ حوالي ١.٥ مليون مستخدم أي ربع سكان المملكة الذين يزيد عددهم عن ٦ ملايين نسمة ومع توسّع حاجات المستخدمين ودخول أكثر من مشغل على خط الخدمة زادت

نسبة الانتشار للاستخدام خلال فترة المقارنة من ٤.٨ بالمائة نهاية العام ٢٠٠١، إلى ٢٦ بالمائة نهاية العام ٢٠٠٨ ، فيما تسعى الحكومة بالتعاون مع القطاع الخاص لزيادة هذه النسبة إلى ٥٠ بالمائة مع نهاية العام ٢٠١١ عبر إجراءات بدأ بعضها بالتبلور فيما يجري العمل على إقرار بعضها الآخر، ويعمل في سوق الانترنت المحلية ٨ مزودين رئيسيين للخدمة بطرقها التقليدية التي ترتبط بالبنية التحتية للخط الثابت، فيما دخلت خلال الأعوام الثلاثة الماضية أربع شركات تقدم الخدمة عبر تقنية الواي ماكس اللاسلكية ، (موقع دائرة الإحصاءات العامة ، www.dos.gov.jo).

و أشارت دراسة عالمية أن مستخدمي الإنترنت في الأردن يبلغ ١٩ لكل ألف شخص في عام ٢٠٠٣ ، وحتى عام ٢٠٠١ كانت كثافة الحاسبات في الأردن تصل إلى ٣.٢٨ حاسب لكل مائة نسمة وهو ما يعني أن الأردن كانت تحتل المرتبة الخامسة بعد الإمارات والكويت والسعودية وعمان ، وفى إطار التطور التكنولوجي تسعى الأردن إلى تجاوز النقص أو الضعف لديها وذلك من خلال مشروع شبكة الجامعات الحكومية وهو جزء من مشروع الشبكة التعليمية التي تهدف إلى ربط ما يزيد عن ١.٥ مليون طالب بشبكة المعلومات،(موقع الجزيرة نت ، www.aljazeera.net) .

وما زالت أسعار الاتصالات مرتفعة مقارنة مع الدول المتقدمة مما يحول دون انتشار الإنترنت حيث يبلغ متوسط ساعات استخدام الإنترنت في الأردن ما بين (٤٠ – ٥٠) ساعة شهريا بكلفة تتراوح ما بين (١٥ – ٢٠) دينارا وهو ما يفوق مقدرة الأردنيين الاقتصادية ويبقي استخدام الإنترنت مقتصرا على القادرين على الدفع ، إلا أن عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن والذي بلغ طبقا لموقع النادي العربي لتقنية المعلومات والإعلام، نحو نصف مليون مستخدم ، نصفهن من الإناث ، يعد نسبة كبيرة ومتقدمة بالنسبة لباقي البلدان العربية باستثناء بلدان مجلس التعاون الخليجي ، ويبقى أن الأردن ورغم بعض التخبط الذي يعانيه قطاع الاتصالات ، ضمن الدول المبشرة في العالم العربي ، ليأتي كاستثناء ، ومثال يمكن لدول أخرى الاقتداء به ، (موقع مرصد الأردن ، www.jordanwatch.net) .

الفصل الثالث

التدوين والمدونات نموذجا

لقد أتاحت شبكة الانترنت فضاء جديدا من الحرية يتجاوز كل القيود في العالم الواقعي سواء كانت هذه القيود قيودا من أنظمة حكم تسلطية أو جاءت هذه القيود من قبل المجتمع بشكل عام ، وتعد المدونات من أهم التطبيقات الحديثة في مجال تكنولوجيا الانترنت ، و المدونة أوBlog هو اختصارا لما يعرف web log ، وهي مساحه حرة على الانترنت يمكنها أن تحتوى على نصوص أو صور تنشر بشكل شخصي ، أما مجمع التدوين فهو مجموعة من المدونات التى يربطها الانتماء لموضوع محدد(كأن تكون مدونات سياسية أو اجتماعيه أو فنية أو أدبية) أو يربطها فكره أو مكان جغرافي(كالبلد التى ينتمي إليها المدونون) أو اللغة (العربية أو الانجليزية أو الفرنسية وخلافه) أو الشركة المضيفة ومن هذه المجمعات التدوينية يتشكل ما يعرف بفضاء المدونات Blogsphere .

كذلك هناك مدونات الصور Photo blog أو مدونات الفيديو Video blog ، ويعرف المدون في هذه الحالة بأنه Vlogger والتدوين من خلال الفيديو بال Vlogging (قياسا على أل blogging, Blogger) ونظرا لسهولة استخدامه فان هناك ٨٠٠ ألف مدونة يتم إنشائها يوميا ، كما تحتوى المدونة على Blog Roll وهو عبارة عن أرشيف الرسائل السابقة في حين أن الذاكرة Memo وهو القضية البارزة التى تصل عدة مدونات ببعضها وتصبح محل الحديث في عالم التدوين ويمكننا اعتبارها العملة الرئيسية في عالم التدوين .

وهكذا يمكننا القول أن مرحلة جديدة في عالم الإعلام من خلال الإعلام الالكتروني قد بدأت منذ ظهور التدوين ، فملايين الناس في جميع أنحاء العالم يقومون بالتدوين الآن حيث أتاح التدوين للناس ذوى المعرفة المحدودة بالانترنت أن يصبحوا ناشرين في دقائق معدودة في ذات الوقت قيل عن المدونات أنها وضعت بذلك حدا لسيطرة عدد قليل من أباطرة الإعلام على المضمون الذي يتم إيصاله للجمهور وهو ما أطلق عليه احد رواد التدوين الأمريكيين ، ما يعرف بـــــــــــاسم (journalism Grass roots) ،أي الصحافة بالناس والى الناس وبالتالي التخلص من ضغوط المعلنيين وأصحاب رؤوس الأموال من جهة وكذلك التخلص من قيود الأنظمة الديكتاتورية من جهة أخرى نظرا لما تتمتع به الانترنت من خصائص بينها إمكانية مجهولية هوية القائم بالاتصال، ذلك أن المدونين يعتبرون أنفسهم استطاعوا أن يصبحوا بديلا

عن وسائل الإعلام التقليدية لأنهم يعبرون عن مزاج الرأي العام كما أنهم ينتمون إلى رجل الشارع العادي وهو ما يجعلهم في نظر المتلقيين أكثر مصداقية في نقل الأخبار من هذه الوسائل وفي مجال الأعمال فان التدوين يمثل فرصه هائلة للشركات التى تسعى لإقامة علاقات حسنة و ثابتة مع العملاء ثم بعد فتره وجيزة اتضح أن المدونات ذاتها يمكنها أن تصبح هي بذاتها عملا يدر الكثير من الأرباح من خلال الإعلانات ، (Torio ،١٩٩٩) .

٣-١ التدوين الالكتروني

نحن هنا بصدد التعريف بل و التعارف مع التدوين لان كل مدون يخرج بالنهاية بمفهومه الخاص عن المدونة والتدوين لكن فهم التدوين يتطلب إدراك ثلاثة أضلاع لمثلث يحيط بالتدوين ، (ناصر ، ٢٠٠٩) .

أولا: إعلاميا : التدوين ثورة حقيقية في تاريخ الإعلام من حيث قدرة الأفراد على النشر والاهم من حيث ثقة الجمهور بما يكتبه الأفراد العاديون ، مما يدل بشكل واضح على أن أعداد اكبر من الناس ترغب في أن تشارك في الحوار وان أعداد اكبر من الناس أصبح لهم اصواتا مسموعة دون أن يكونوا أكاديميين بفضل المدونات وبفضل المدونات أيضا دخل مفهوم جديد إلى أدبيات الإعلام يسمى ب (صحافة المواطن) ، وهذا الإعلام لم يغير فقط حجم الناس الذين يعبرون بحرية وإنما غير مفهوم الناس لثقة بآراء بعضهم فقد أصبحت أعداد اكبر من الناس يثقون ويتبنون أراء أشخاص عاديين مثلهم وهذا ما لم يكن موجود كمفهوم في الماضي القريب ، كما أن المدونات أثرت حتى على ثقة الناس بالأكاديميين والمختصين وإعادة النظر فيها .

ثانيا : تقنيا : المدونة هي صفحة الكترونية يمكن تحديثها بمحتوى يظهر فيها بشكل دوري وقد يكون هذا المحتوى نصا أو صورا أو اصواتا أو فيديو أو قد يجمع بين كل ما سبق ، وتحتفظ هذه الصفحة بأرشيف الكتروني لكل ما ينشر فيها ويمكن وضع قائمة بالروابط الالكترونية المفضلة لدى المدون .

ثالثا : سلوكيا : التدوين هو تطور لأسلوب التواصل مع الناس كما تصفه الكاتبة ميج هوريهان في مقال لها بعنوان (ماذا نفعل حين ندون) حيث تقول أن التدوين هو نشر لمعلومات تهمنا في أقسام مستقلة مؤرشفة وتمكننا من ربطها بمصادر معلومات أخرى وبآراء أشخاص آخرين وهذا يسمح لنا ببناء شبكة اجتماعية وصدقات ، ومن جانب أخر فإن التدوين ينطوي على بعض القواعد السلوكية المرتبطة بآداب الحوار والاختلاف في الرأي والتواصل سواء بالتعليقات أو بغيرها من الوسائل .

٣-٢ تاريخ التدوين الالكتروني

وألان سنتطرق إلى تاريخ التدوين ، كيف بدأ التدوين والى أين وصل بالعالم ؟

إذ يعتقد بان المدونة كنوع جديد من المواقع الالكترونية ظهر على يد الطالب الأمريكـــــي Justin hall، واهم ما يميز المدونة كموقع هي بساطتها في الاستخدام والأرشيف الالكتروني لكل ما ينشر من خلالها غير أن المصطلح blog مشتق من الكلمتين web log وتعني سجل الشبكة وبدأ استخدام مصطلح blog أواخر التسعينات (١٩٩٧) ، ففي البداية كان مستخدمو المدونات هم من المراهقين وطلاب الجامعات وكان محتواها لا يتجاوز في الغالب اليوميات الشخصية وبعض الآراء في مواضيع غير متخصصة ، ولكن مع شروق شمس القرن الجديد بدا الصحفيون والكتاب المختصون يستخدمون المدونات ، وهنا بدأت المدونات المرحلة الثانية في تطورها حيث اقترب كثير من المدونين من التخصص وأصبح المدونون مشاهير ، وهكذا بدا الناس بالإشارة بالبنان للمدونين الأكثر شهرة وتأثيرا وبدا التدوين ينتشر كميا بحيث أصبح يتزايد عدد المدونات يوميا ، أما المرحلة الثالثة من تاريخ التدوين فقد بدأت بانتشار المدونين المحترفين الذين يعتاشون من ما يجنونه من الأموال من مدوناتهم بفضل الإعلانات وغيرها من أسباب الكسب ، أما في الوطن العربي فيعتقد بان أوائل المدونين العرب بدؤوا نهاية التسعينيات وكان معظمهم من المغتربين المنتشرين في مختلف دول العالم واستخدموا المدونات في البدايات كسجل لليوميات إلى إن بدأت الشركات العربية بتزويد خدمة المدونات بالعربية في العام ٢٠٠٥ حيث انتشرت المدونات بشكل كبير والتفت إليها الصحف وبدأت تشير إلى التدوين والمدونين كوسيلة إعلام جديدة تأخذ حصة من المتلقين خصوصا من فئة الشباب .

وبالرغم من وجود كثير من قصص النجاح الفردية في التدوين ، إلا أن كثير من الحلقات الناقصة تفصل المدونات العربية عن التأثير الحقيقي ، أهمها علاقة المدونين بمؤسسات المجتمع المدني ووسائل الإعلام التقليدية ، وبالنظر إلى تطور انتشار الانترنت في البلدان العربية الذي يتسارع بشكل مضطرد ، فان المستقبل يحمل كما كبيرا من الجمهور المحتمل للمدونات إن استطاع المدونون تطوير أدائهم وحل المشكلات التي تواجههم .

٣-٣ أنواع المدونات الالكترونية

رغم انه من الصعب تصنيف المدونات ومن المستحيل أن ينال أي تصنيف إجماع المدونين أنفسهم على الموافقة على أي نوع من التصنيف إلا أنه يمكن تصنيفها بحسب غايتها والتأثير الذي تتطلع إليه إلى : ، (ناصر ، ٢٠٠٩)

أ- **المدونات اليوميات الشخصية** : وهي المدونات التي يكتب فيها المدون تجارب شخصية لا تهم العامة ولكنها تدخل في إطار نشر الحياة الخاصة والسيرة وجمهورها غالبا من الأقارب والأصدقاء وبعض الفضوليين .

ب- **مدونة الجمهور الخاص** : وهي مدونة موجهة لفئة معينة من القراء في إطار نوع خاص من التواصل مثل مدونة مدير شركة يخاطب فيها الموظفين ويعرض فيها جوانب العمل أو تفاصيل ايجابية أو سلبية في فريق العمل ، أو مثل مدونة الأشخاص الذين يخاطبون أسرهم من الغربة ، و يكون هدف المدونة الأخبار والصور والتفاصيل العائلية كمغامرات الأطفال والرحلات والمناسبات .

ج- **مدونة التأثير في الرأي العام (الفيروسية)** : وهي مدونة موجهة لجميع الناس واغلبهم غرباء لا يعرفهم المدون ، وتهدف إلى توجيه قرائها في اتجاه معين إزاء موضوع أو قضية يتبناها المدون في ما يضعه في مدونته وهذا المدون يوصف بالمواطن الصحفي journalist citizen أو المواطن الإعلامي media citize وأغلب هذه المدونات تتضمن موضوعات سياسية يمكن أن نطلق عليها المدونات السياسية Political blogs .

وهناك أنواع أخرى من المدونات الأقل انتشارا مثل المدونات التعاونية ، ومدونات الأصدقاء ، ومدونات الشركات ، ومدونات الدليل ، ومدونات التنسيق ، ومدونات الأغاني ، والمدونات الصوتية ، ومدونات التصوير الفوتوغرافي .

٣-٤ شروط التدوين الالكتروني

للتدوين الصحيح شروط ، والتخطيط هو مفتاح كل نجاح لذا يتوجب على المدون تحديد أهداف ذكية يرغب في تحقيقها من خلال المدونة ومن خلال تحديد القدرات والموارد يمكن رسم خطة لتحقيق أهداف المدونة ، فالأسئلة الأولية التي تطرح في هذا الصدد هي : ، (ناصر ، ٢٠٠٩) .

- لماذا تدون ؟ الرؤية
- ما الذي تريد تحقيقه من التدوين خلال فترة معينة ؟ الرسالة
- كيف ستعرف انك حققت ما تريد من أهدافك وتقيس نجاحك في ذلك ؟ الأهداف الحقيقية
- ما هي الطرق التي ستستعملها لتحقيق الأهداف ؟ استراتيجيات تنفيذية
- ما هي الخطوات العملية التي ستقوم بها ؟ خطة العمل التنفيذية .

هذه الأسئلة تقود إلى المراحل والجزاء في عملية التخطيط الاستراتيجي للمدونة والتي يمكن من خلالها رسم مخططات لسنوات ، ومن اجل البدء بالتدوين الصحيح والانطلاق في عالم التدوين لابد من اتخاذ الخطوات التالية التي تعتبر بمثابة شروط للتدوين :

أولا : تحديد مجال المدونة :

إن المدونات التي تكتب عن كل شي أو أي شي في أي وقت لا تنجح في خلق جمهور لذا فان تحديد المجالات التي تكتب في المدونة والتركيز عليها يساعد القراء على فهم محتواها ويخلق تسلسلا منطقيا للأفكار التي تطرح فيها .

ثانيا : تحديد زاوية التناول :

يجب أن يكون واضحا للقراء إن كانت المدونة مدونة إخبارية ، أم تحليلية تقدم أراء ، أم خدمية تقدم استشارات أو معلومات للمشتركين لان عدم وضوح غاية المدونة يؤدي إلى خسارة القراء

ثالثا : تصميم جدول لنشر الإدراجات والالتزام به :

إن تقسيم الإدراجات بمعدل ثابت خلال الأسبوع يساعد القراء من مختلف الفئات على متابعة المدونة ويساعدهم على استيعاب كل إدراج واخذ حقه لان نشر الإدراجات معا في يوم واحد في الأسبوع يؤدي إلى تشويش القارئ وعدم إعطائه الاهتمام اللازم لكل إدراج .

رابعا : تحديد فئة مستهدفة وتحديد خدمات ستقدمها لهم المدونة :

فبالرغم من أن المدونات منشورة على الانترنت ويمكن لجميع الناس تصفحها إلا أن كل مدون يجب أن يحدد في ذهنه لمن يكتب أو من هم الأشخاص الذين يريد أن يكسبهم كمتابعين دائمين لمدونته ، هل هم طلاب جامعات ، أم صحفيون ، أم من المختصين في الرياضة ، ويشمل

اختيار فئة تحديد الموضوع والأسلوب هل هو مبسط للعامة أم لجمهور متخصص يفهم مصطلحات الموضوع الذي ينشر من خلال المدونة وعلى المدون أن يحدد بدقة ما هي أهم الحاجات التي ستسدها المدونة لدى هذه الفئة المستهدفة .

خامسا : مستقبل المدونة :

كذلك على كل مدون أن يحدد إلى أين يريد أن يصل بمدونته حتى يستطيع قياس مدى تقدمه في تحقيق هذا الهدف ويكتشف نقاط ضعفه أثناء التدوين وقد تتفاوت أهداف المدونين بين تحقيق زيادة في عدد الزوار أو زيادة المشتركين في القوائم البريدية أو حجم المشاركين في الأنشطة والممارسات التي تحث عليها المدونة ، لذا تحديد هذا الهدف بدقة ضروري لمعرفة درجة التقدم والإنجاز الذي حققته المدونة .

كما انه بالإضافة إلى ما سبق فان التعلم المستمر جزء مهم من التدوين لان قراء المدونات يجدون كثيرا من الخيارات الجديدة كل يوم كما أنهم يملون بسرعة ، لذا على المدون أن يجتذب انتباههم كل يوم بجديد وهذا لن يحدث إلا إذا خصص المدون وقتا لتعلم المزيد من المهارات واكتساب المعارف ليقدم للقارئ ما يستحق القراءة ، وكذلك لا بد من الصبر في عالم الانترنت وهو قاعدة أساسية لان القارئ لا يجلس أمام شاشته دائما منتظرا أن يضيف المدون جديده ، بل هو يزور المدونة حين يشعر برغبة في ذلك أو عندما يجد وقتا ، فمهمة المدون أن يلفت انتباهه ويقدم له وجبة مفيدة وممتعة لكي يعود مرة أخرى ، لذا على المدون أن يصبر ليكون جمهورا من القراء ثم يحافظ عليهم عبر التدوينات عن القضايا التي تهمهم لان زوار المدونة وتعليقاتهم هم من يخلق الحياة داخل المدونة .

ويعتبر ظهور المدونات الالكترونية ثورة في عالم نقل الأخبار والمعلومات ونشرها بالإضافة إلى نشر الثقافات المختلفة وتبادلها، وقد اختلفت الآراء في تصنيف المدونات الالكترونية فمنهم من صنفها على أنها نوع من أنواع الصحافة الالكترونية بينما صنفها قسم أخر على أنها لا تتعدى كونها مواقع شخصية للتسلية ، ويرى آخرون أن المدونة الالكترونية تعد نوع من أنواع الصحافة الالكترونية التي من خلالها يقوم المدون بتمرين نفسه على الكتابة الصحفية وذلك بالتعبير عما في نفسه أو معاناته اليومية وتجاربه الشخصية ورؤيته لما يحدث في العالم من حوله فليس كل من لديه موهبة الكتابة اتيحت له الفرصة أن يعمل بالصحافة فلما ظهرت المدونات أتاحت له هذه الفرصة ، وكذلك تعتبر المدونات نوعا من الصحافة الالكترونية لأنها ببساطه تتناول كافه الموضوعات التي تعالجها الصحافه فعلى المدونة يمكن أن نقرأ موضوعات

متعددة سياسيه واقتصاديه واجتماعيه وحتى شخصيه كما انه يمكن أن نقول انه خلال عقود قليله يمكن أن تطغى الصحف الالكترونية على الصحف الورقية وتؤثر في نسبه توزيعها لأنها تمتاز عليها بعده مميزات كما أن المدونات يتم تصنيفها وفق المحتوي الذي بداخلها حيث أن المدونات الشخصية غالبا ما تحتوي علي آراء أصحابها حيال الأحداث إما أن تتوافق مع أسس الصحافة من نقل للمعلوم وتحليلها و معالجتها ، أو مقالات تحمل آراء وحلولا فهي بالطبع ستتدرج ضمنيا للصحافة الالكترونية ، (موقع بوابة المدونين ، www.bloggers-gate.net) .

كذلك لاعتبار المدونات الالكترونية نوع من أنواع الصحافة الالكترونية يتبع لمجموعة من الشروط أو المعايير أو الاعتبارات أهمها :

(موقع بوابة المدونين ، www.bloggers-gate.net) .

١- كاتب المدونة :

أولا: أن يكون كاتب المدونة متفرغا للعمل الصحفي وان يعتمد في معيشته على ما يكسبه من العمل الصحفي أو أن يكسب مردودا ماديا من عمله الصحفي.

ثانيا: أن يكون كاتب المدونة سواء إن كان شخصا أو مؤسسة أو مجموعة أشخاص معلوما ومعروفا من خلال عنوانه .

٢- المدونة الالكترونية نفسها:

أولا : أن تكون المدونة دورية من حيث تحديثها الذي يجب أن لا يطول كي تكون مدونة حية.

ثانيا : أن تكون المدونة تفاعلية مع قرائها.

ثالثا : أن تتوفر في الموضوعات التي تنشرها مقومات وشروط العمل الصحفي .

رابعا : أن تلتزم المدونة الالكترونية بقوانين العمل الصحفي وأخلاقياته .

وعليه يعتبر التدوين الإلكتروني طريقة سهلة لمشاركة الخواطر والأفكار مع العالم الخارجي ، وأن تملك مدونة ليس شي صعب فهو سهل جداً و لكن أن تدون و تفيد و تستفيد هو الصعب ، كل مدون على الشبكة العنكبوتية له طابع خاص في كتابته و له نهج معين في أفكاره أن كان من الناحية السياسية أو الاجتماعية ، و لكن عندما تتابع المدونات ترى مدونين لهم اتجاهات ماركسية أو ليبرالية أو توجه إسلامي أو مدون يكتب في الأمور التقنية فقط و منهم من جعلها للتجارب الشخصية فقط فيكتب فيها ما يحصل معه في الحياة يومياً, كل إنسان له اتجاه معين يحب أن يتابعه فأنا اهتم بالجانب التقني مثلاً أتابع مدونات تقنية و غيري له اهتمامات أخرى ، وهكذا ، و معظم المدونات الإلكترونية على الإنترنت هي مدونات خاصة كتبها أشخاص بصفتهم

الشخصية للمتعة فقط ، أما المدونات التحريرية فقد قام محررون محترفون بكتابتها وتحريرها ، كما أن بإمكان المدارس والمنظمات والشركات امتلاك مدونات خاصة بها للتواصل مع القراء بالأحداث والأخبار وبالأمور الأخرى المتعلقة بتلك المنظمة أو المؤسسة .

و تتكون مقالة المدونة الإلكترونية من العناصر التالية :

- **عنوان المقالة:** وهو بمثابة عنوان مقال صحفي.
- **الملخص:** وهو شرح مبسط أو اقتباس من المقالة .
- **نص المقالة:** ويحتوي على المادة الأساسية للمقالة .
- **تاريخ المقالة:** وهو تاريخ ووقت نشر المقالة .
- **التصنيفات:** وهي عبارة عن مواضيع أساسية تكتب عنها بانتظام في مدونتك الإلكترونية ، ومن أمثلتها : سياسية ، اقتصادية ، اجتماعية ، أدب ، فن ، دين ، وغيرها .
- **التعليقات:** وهي الملاحظات التي بإمكان القراء الإدلاء بها عن مقالة معينة في مدونتك الإلكترونية ، ويمكنك عدم فتح المجال للآخرين بالتعليق على مقالتك إذا رغبت في ذلك.

٣-٥ المدونات الالكترونية في الأردن

يرجع البعض الميلاد الحقيقي للمدونات في الأردن إلى ٢٠٠٥/١١/٩، ذلك اليوم الذي شهد تفجيرات دموية ضربت ٣ فنادق في عمّان، حيث نقل المدونون بالصورة والفيديو ما عجزت الوسائل التقليدية عن بثه بسبب تعنت الأجهزة الأمنية ، لكن المدونات في الأردن احتاجت فترة أطول من غيرها في العالم العربي لتحقق التواجد وتحصل على قدر من التأثير، ولا توجد إحصائيات دقيقة للمدونات في الأردن في مواجهة تحفظ الشركات المزودة لخدمة التدوين عن الإفصاح عن أعداد المشتركين فيها لأغراض تسويقية، وكذلك لعدم وجود مجمع كبير موثوق للمدونات الأردنية كما هو مجمع "عمرانية" مثلاً الذي يضم الآلاف من المدونات المصرية ، لكن بالتأكيد فإن التدوين الأردني انتعش في العامين الأخيرين، وظهرت العديد من المدونات الناجحة، كما احتل موقع "الفيس بوك" الشهير المرتبة الثالثة بعد موقعي الجوجل والياهو، في ترتيب المواقع التي يزورها الأردنيون. وهذا يدل على كثافة استخدام الأردنيين للموقع، التي تفوقت حتى بدايات ٢٠٠٨ على نظرائهم في مصر والمكسيك، برغم الفارق الكبير في عدد السكان ، لكن ذلك الانتعاش كان كماً أكثر منه كيفاً، إذ بقيت المدونات الأردنية غير ذات تأثير أو عبء على الحكومة والنظام الأردني، كونها بعيدة في المجمل عن هموم السياسة، بالإضافة إلى

افتقادها إلى المعلومات، حيث تعتمد أغلبها على الخواطر الشخصية، باستثناء قلة منها ، أما الإنجليزية منها فإنها تمثل مصادر معلومات بديلة وربما أكثر جرأة عن الإعلام التقليدي لكن أثرها يبقى محدوداً بسبب قلتها وكذلك بسبب حاجز اللغة وهناك شبه إجماع بين جميع المتابعين والباحثين على أن التجربة الأردنية في التدوين "فاشلة سياسياً" لعدم تطرقها للمواضيع والقضايا الحساسة بالأردن ، في حين يصفها البعض بأنها "مظهر رقمي" وأن ثمة زيادة كمية غير منطقية لم يرافقها تطور في الكيف ، ويعزو الكتَاب والباحثين هذه الحالة الهادئة للتدوين الأردني إلى عدم نضوج التجربة الحزبية في الأردن حيث لم تخلق جيلا واعيا من المدونين قادر على عرض وجهات نظر سياسية كاملة ، في حين يعزوه البعض إلى الفقر الثقافي والسياسي وعدم الاهتمام بالشأن العام ، (موقع مرصد الأردن ، www.jordanwatch.net) .

وقد أوضحت دراسة مستقلة أجرتها شركة الإستراتيجية للأبحاث والدراسات والخبراء لدى منظمة IREX أن ٣ % فقط من مستخدمي الإنترنت بالأردن يزورون المدونات ، لكن هناك خطوة أثارت الكثير من الجدل والنقد سبقت بها الأردن الدول العربية في مارس ٢٠٠٩، هي تسجيل أول جمعية خاصة بالمدونين رسمياً، وهي جمعية المدونين الأردنيين. ولم تحظ بكثير من الترحاب من المدونين، بسبب طبيعة التدوين كفضاء حر ، لكن من المبكر الحكم على تأثيرها الآن ، (موقع جمعية المدونين الأردنيين ، www.jbunion.blogspot.com)

وتميز الحالة التدوينية في الأردن عدة صفات، فبالإضافة إلى تأخر انتشاره، والاهتمام الملكي الواضح به ، ثمة حالة كبيرة من التداخل والخلط بين الصحافة الورقية والتدوين والصحافة الإلكترونية في الأردن، فكثير من المدونين كانوا أو مازالوا صحفيين أو كتاب أعمدة في الصحف الورقية، وبعضهم زاول الصحافة الإلكترونية قبل أو بعد دخوله عالم التدوين ، فبعض تلك المدونات ناجح للغاية وحقق قدراً كبيراً من الشهرة والتواصل مع الجمهور، و البعض الآخر متواضع بمعيار عدد المشاهدات والتعليقات، برغم شهرة ونجاح صاحبها في مجاله الإعلامي الأصلي ، لكن في كل الأحوال، فإن تلك الأمثلة تعطي نموذجاً على الحالة الفريدة من التداخل بين الصحافة الإلكترونية والورقية وبين التدوين ، حيث لا يوجد هذا العدد من المدونين "الصحفيين" والكبار في السن نسبياً سوى في الأردن ، ولعل الدافع الأول وراء ذلك هو الرقابة التي مارستها إدارات الصحف عليهم، فلجاءوا للمدونات والمواقع الإلكترونية لنشر ما يريدون .

ويلاحظ كذلك من الصفات التي تميز المدونات في الأردن وجود أغلبيتها على مواقع الاستضافة العربية، وبخاصة موقع مكتوب، وقد اشترته شركة ياهو حديثاً في صفقة استحواذ قدرت بنحو ٨٥ مليون دولار ، ولا يسمع صوت المرأة كثيراً في عالم التدوين الأردني، وعلى ندرتهن، فإن قليلات منهن اتخذن قرار التدوين بأسمائهن الحقيقة. (موقع جمعية المدونين الأردنيين ، www.jbunion.blogspot.com) .

الفصل الرابع

الجنوسة والإعلام الالكتروني

يمثل الإعلام وسيطاً أساسياً في العملية الهادفة لتحسين وضع النساء في المجتمع، نظراً لدوره الأساسي كحامل للرسائل ومشكل للأفكار والصور الذهنية والذوق العام والاتجاهات والاهتمامات لذا لابد من إعادة النظر في الإعلام كحقل وكمؤسسة فيما يخص وعي الإعلاميين بقضايا المرأة، ومن ثم مضمون الرسالة الإعلامية بشأنها، وكذلك فيما يخص مستوى الحرفية المهنية للإعلاميين كخطوة أساسية نحو دفع الإعلام لأداء أكثر فعالية وكفاءة لوظيفته المبتغاة ، ففي إصلاح وضع المرأة في المجتمع ، أدخلت بعض الفضائيات العربية،الأنثى و الجسد في قالب مشوه لصورة المرأة، كظاهرة التعري و ثقافة جنس المذيعة وشكلها و ثنايا جسدها وإغوائها للمشاهد عبر حركاتها و مفاتنها على الشاشة الفضية بغض النظر عن الفكر و الثقافة و العلم التي تحملها ، الأمر الذي ساهم في نشر الوعي الخاطئ عن المرأة وشكل الاتجاهات التي لا تخدمها و بالتالي تم عرض لوجهات نظر في غياب مرجعية فكرية وموضوعية لتوجهات المجتمع للمرأة ودورها فيه وفقدت المرأة العربية المساواة و الفرص المتكافئة في الإعلام مثلما حرمت من قيمة المساواة بشكلها المجرد في المجتمع العربي، و جاءت العولمة و حقوق المرأة عبر الانفتاح الإعلامي والضغوطات الدولية لتفتح لها المجال في حقها الطبيعي ، ولكن ظل الإعلام العربي قاصرا اتجاهها و تعامل معها كسلعة ترويجية لسياسة الدولة أحيانا وصورة جنسية على الشاشات و في الأفلام أحيانا أخرى في مقابل المفاهيم القديمة السائدة والانحياز التام للسلطة الذكورية في شتى مناحي الحياة اليومية .

ويرى البعض أنها قدمت كسلعة فاسدة في وسائل الإعلام مما اضر بها و تلاعب بصورتها ويكفى الإطلاع على صورها وطريقة التعامل معها في البومات الغناء المصورة للدلالة على الإفساد المقصود للمرأة إعلاميا و القصور الفكري لمعالجة الغناء و الطرب من جهة أخرى ، وفي المجال السياسي قدمت بعض من الدول العربية نماذج من السيدات اللائي اعتلين أوضاعا متميزة في المجتمع كورقة اعتماد للغرب على ديمقراطيتها الابتدائية ، و يعتقد البعض أن التحيز الكمي في المعالجة و عدم التوازن في التغطية و التفرقة في التعامل الإعلامي مع قضاياها ونجاحاتها بالإضافة إلى التحيز الكيفي في المعالجة السلبية وتنميط صورة المرأة ، وعدم الأخذ بآرائها يؤكد بأن صورتها الإعلامية تشير إلى انه لا دور لها في المجالات السيـــاسيـــة ، والاقتــــصاديـــة و الاجتماعية ، كما أن الصورة التي ظهرت بها المرأة في الإعلام

العربي التقليدي لم تحقق الايجابيات التي تعبر عن الوضع الحقيقي لها في المجتمع ودورها ، من هنا جاء التسليط بالتالي على الإعلام الالكتروني ، فهل يستطيع أن يتخطى عقلية الذكورة المطلقة و حسابات الربح والخسارة في عرض المرأة كسلعة سياسية و إعلامية وان يسعى إلى خلق صورة إعلامية ايجابية واقعية عنها ، فالقدرات القيادية والإبداعية للمرأة التي استطاعت من خلال موقعها إحداث تغيير إيجابي ملموس في الحياة بعيدة عن الإعلام كثيرة ، فما واقع المرأة العربية في الإعلام الالكتروني (الاطرش ، ٢٠٠٧) .

٤-١ مفهوم النوع الاجتماعي (الجنوسة)

يقصد بالنوع الاجتماعي بأنه عملية العلاقة المتداخلة ، والأدوار الاجتماعية بين المرأة والرجل في المجتمع وتسمى هذه العلاقة علاقة النوع الاجتماعي(**Gender Relationship**)، وتحددها وتحكمها عوامل مختلفة اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية وبيئية ، عن طريق تأثيرها على قيمة العمل في الأدوار الإنجابية والإنتاجية والتنظيمية التي تقوم بها المرأة والرجل ، وعادة ما تسود تلك العلاقة عدم الاتزان على حساب المرأة في توزيع القوة ، وتكون النتيجة احتلال الرجل مكانة فوقية بينما تأخذ المرأة وضعا ثانويا في المجتمع ، (اليونيفم ، ٢٠٠٥) .

وعليه فان أي تحليل مراع لمتطلبات النوع الاجتماعي يعني الطريقة المنهجية في تناول تأثيرات التنمية المختلفة على النساء والرجال ، ويتطلب أي تحليل مراع لمتطلبات النوع الاجتماعي فصل البيانات حسب الجنس وفهم كيفية تقسيم العمل ومكافأته ، و يجب أن نتساءل كيف سيؤثر أي نشاط أو قرار أو مخطط معين بشكل مختلف على النساء والرجال لذا قبل الخوض في النوع والاجتماعي والإعلام بشكل عام سواء أكان مرئيا أو مسموعا أو مقروءا أو الكترونيا لابد من تعريف الجندر .

تعريف الجندر Gender :

لقد وضعت تعريفات عدة لمفهوم الجندر **Gender** منذ انتشاره بشكل واسع في أواسط التسعينيات من القرن الماضي ، إن تطور هذا المفهوم من مصطلح لغوي ليصبح نظرية وأيدلوجيا لحركة نسوية واضحة المعالم في معظم المجتمعات المتحضرة تدعى **Feminism** **Gender** ، إن الجندر **Gender** كلمة انجليزية تنحدر من أصل لاتيني ، ويمثل الأدوار الاجتماعية التي يصنفها المجتمع بناء على الدور البيولوجي لكل من الجنسين ويتوقع منهما أن

يتصرفا بناء عليها وتكرس بناء على منظومة من القيم والعادات وتصبح بعد مرور الوقت أمر واقعيا أي أن هذه الأدوار من صنع الإنسان ،(اليونيفم ، ٢٠٠٥) .

وتعرفه منظمة الصحة العالمية على انه : " المصطلح الذي يفيد استعماله وصف الخصائص التي يحملها الرجل والمرأة كصفات مركبة اجتماعية ، لا علاقة لها بالاختلافات العضوية " .

٤-٢ النوع الاجتماعي والإعلام الالكتروني

إن الحديث عن مسألة النوع الاجتماعي والإعلام يثير عدد كبير من الأسئلة متصلة بثلاث مستويات وهي أولا تلك الأسئلة المتصلة بمفهوم النوع الاجتماعي وما يحيط به من غموض تارة ومن اختلاف في تحديد المفهوم ، بمعزل عن قضايا الإعلام وهي ، ثانيا تلك الأسئلة المتصلة بقضايا الإعلام بمختلف مستوياتها العلمية والاقتصادية والسياسية والثقافية بمعزل عن مسألة النوع الاجتماعي وهي ، ثالثا تلك الأسئلة التي تزداد حدة وتزداد غموضا وتعقيدا عند ضم المجالين إلى بعضهما ، (النقاش ، ٢٠٠٧) .

وهنا لن نتطرق لقضايا الإعلام في المطلق إنما في علاقتها بالنوع الاجتماعي .
فبالنظر إلى واقع الإنتاج الإعلامي العربي الذي مازال يعيش عصر سلطة الباث والمتلقي ، في حين أن الإنتاج الإعلامي اليوم في عصر مجتمع المعلومات أصبح قائما على التفاعل بين الباث والمتلقي ، هنا نتساءل : ما وقع مجتمع المعلومات وعصر التفاعل على مفهوم النوع الاجتماعي؟
إن ظهور ما أصبح اليوم يسمى بعصر الإنتاج الإعلامي الاتصالي المندمج الذي لا يراعي الفوارق بين الوسائط بانتشار الانترنت يوحي بحدوث هوة بين مفهوم النوع الاجتماعي والإنتاج الإعلامي من ناحية ويبشر بظهور آفاق جديدة للمصالحة بين الإنتاج الإعلامي والنوع الاجتماعي من ناحية أخرى .

أما المخاوف التي ستترتب عن مجتمع المعلومات والعولمة فمتصلة بهذا الانفجار الاتصالي العنيف الذي نشأ عن تكنولوجيات الاتصال الحديثة المتمثلة في تعدد الوسائط الإعلامية على أنواعها ، فإذا كان من اليسير إلى حد التعامل مع الوسائط التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون بحكم أنها مؤسسات مادية تحمل هوية محددة قائمة في مكان واحد كيف يمكن التعامل مع

الانترنت؟، وإذا كان من الممكن إحداث جماعات ضغط تؤثر في الوسائط التقليدية لحثها على إنتاج إعلامي يتلاءم مع مقتضيات النوع الاجتماعي كيف يمكن فعل ذلك عندما يتصل الأمر بالانترنت التي لا تقوم لا على حدود مكانية ولا حدود زمانية ؟ كيف يكون ذلك مع وسيط أو تقنية يمكن فيها لمن شاء أن ينتج أي خطاب شاء ؟

إن التفاؤل يتمثل في أن انتشار تقنيات الإعلام الحديثة – ومنها الانترنت بالأساس – سيمكن النساء بل فئة من النساء المثقفات من التواصل بيسر لدعم ما تقوم به الوسائط التقليدية في اتجاه توظيف مفهوم النوع الاجتماعي في العمل الإعلامي ، ويمكن القول كذلك أن ظاهرة التفاعل التي نشرتها الانترنت ستجعل هؤلاء النساء في حالة إعلام شبه دائمة لتبادل كم كبير من المعلومات وإبلاغها إلى مواقع متعددة على " الوآب " لمناقشتها وتعديلها والرد عليها آليا وهو أمر لم يكن ممكنا على هذا النحو وبهذا الأثر في الوسائط التقليدية .

إن التصدي للتحدي الذي جاءت به الانترنت يتمثل في استخدام الانترنت نفسها لدفع ذلك التحدي بإنشاء شبكات تمكن من اكتساح فضاءات متعددة لنشر ثقافة النوع الاجتماعي في مجال ما أصبح يعرف بالإنتاج الإعلامي الاتصالي الإلكتروني .

كما أن مفهوم النوع الاجتماعي اليوم في علاقته بالإعلام يقتضي التفكير في تصور سبل جديدة وتعديل سبل أخرى قائمة للتوفيق بين نظرة جديدة لقضايا المرأة من منطلق النوع الاجتماعي ، ويواكبها تحولات هائلة في مجال الاتصال ، (النقاش ، ٢٠٠٧) .

٤–٣ المرأة العربية وتكنولوجيا الاتصال الرقمية

هنا نتطرق إلى الفرص المتاحة للمرأة العربية من قبل التكنولوجيا الحديثة للاتصال وكيف يمكن تفعيل دورها في مجال الاتصال من خلال الإعلام الالكتروني ؟

عند الإجابة عن هذا التساؤل نجد أن هذه الفرص تدور حول ثلاثة محاور رئيسية للاستخدام الفعال لتكنولوجيا الإعلام وهي الاتصال ، والتصميم والإنتاج ، والنشر .

فعن طريق التركيز على الجانب الفني لتكنولوجيا الإعلام من خلال المحاور السابقة ، نلاحظ حجم التحدي الذي تواجه المرأة العربية في هذا المجال والفرص التي تستطيع أن تغتنمها من خلال هذه التكنولوجيا وتفعيل دورها في الإعلام بجميع أنواعه ، حيث أن الاتصال عبر الانترنت يعتبر اتصال ذو اتجاهين أي أن المستخدم كما يستقبل المعلومات بأنماطها المختلفة

ومن جهات مختلفة فهو يستطيع أيضا إرسالها بنفس الأسلوب والى من يرغب من المستقبلين ، فالإعلام الالكتروني يعتبر وسيلة إعلام فعالة وسهلة ورخيصة تستطيع المرأة العربية أن تغتنمها للتواصل المهني والمجتمعي ، فقد استطاعت المرأة في فترة مبكرة الاستفادة منه فهي تمثل أكثر من ثلث مستخدميها – كما ذكرت بعض التقارير العالمية – وهذا يعد ارتفاعا في معدل استخدام النساء للحاسوب ، حيث كانت المرأة سابقا تمثل واحدة لتسعة رجال يستخدمون الانترنت ، ومن هذا المنطلق تم تشكيل مواقع عديدة على الانترنت تخص المرأة حيث توفر الأخبار والمعلومات الخاصة بالمرأة ومصادر معلومات ومناقشات إنسانية مباشرة وبحوث ومقالات ونصائح متبادلة في جميع المجالات ، وعليه فقد أصبح الإعلام الالكتروني بالنسبة للمرأة أكثر ديمقراطية من الإعلام وجها لوجه أو عن طريق أي نوع آخر من الاتصال البشري وهذا بالطبع يعطي المرأة درجة عالية من المساواة مع الرجل والحرية في الحصول على المعلومات والتي ربما في بعض الأحيان كانت ستمنع عنها لو عرف أنها امرأة ، وهذا بالنهاية يؤدي إلى ديمقراطية اكبر في المجتمع ، ومن جانب آخر يرى الدعاة إلى حقوق المرأة في الإعلام الالكتروني مساواة أكثر بين المرأة والرجل حيث يستطيع المستخدم أن يحتفظ بسرية جنسه ومركزه الاجتماعي وتتوفر للنساء الفرصة لتأسيس شبكات اتصال واسعة خاصة بهن .

وبالعودة إلى المحاور الثلاثة الرئيسة لتكنولوجيا الإعلام ، نجد أن محور النشر يعد من أهم المحاور وأكثرها تحديا لوضع المرأة في مجال الإعلام فمن خلال النشر الإعلامي نجد المرأة أمام وسيلتين : إما النشر عن طريق وسائل الإعلام التقليدية من خلال محطات التلفزيون والإذاعة والمجلات والجرائد ودور النشر المختلفة ، وكل تلك الوسائل تحتاج إلى سلسلة طويلة من البيروقراطية قد تكون معقدة أو سهلة حسب سياسات تلك المؤسسات ، لكن إنتاج المرأة قد يجد سبيله للنشر عن طريق الإعلام الالكتروني ، حيث لا يحتاج إلى الحصول على الموافقة من إي جهة لنشر إنتاجها الفكري أو الفني ، فعملية النشر على الانترنت يمكن القيام بها في وقت قصير جدا وبدون تكلفة وكل ما على المرأة فعله هو تأسيس موقع بث من إنتاجها (المطبوع ، والمرئي ، والمسموع) ، (الاطرش ، ٢٠٠٧).

لكن نظرا لكون وسائل الإعلام التقليدية لا تزال أكثر انتشارا ووصولا لفئات المجتمع المختلفة فإن المرأة العربية مع تحسين أدائها واكتسابها للمهارات التقنية في جانب الإعلام فهي تستطيع إنتاج مواد إعلامية مختلفة على مستوى عال من النوعية والجودة ، وهنا تتضح الإستراتيجية الجديدة للمرأة العربية وهي توفير مواد إعلامية كثيرة ومتنوعة باستخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام وبالتالي سد الثغرات في الإعلام العربي وتوجيه الضغوط نحو متخذي القرار للتغيير

لصالح المرأة وتحسين وضعية صورتها النمطية إذا لم يكن بداية نحو صورة جديد للمرأة العربية ربما تلغي جميع ما هو مرسخ عن صورتها النمطية ، من هنا نلاحظ أن المرأة تستطيع الاستفادة من خواص الإعلام الالكتروني بسهولة وبأسعار زهيدة وبالتالي فإن سهولة الوصول لشبكات الحاسوب يوفر فوائد عديدة لها ، حيث انه عدا أنها تستطيع الحصول على المعلومات فإنها كذلك تستطيع الاتصال بالآخرين وتناقش القضايا المستجدة وهذا بدوره يوصل صوتها للناس ويستطيعوا قراءة رأيها من جميع المستويات بما فيهم الرؤساء والحكام حول العالم ، أما فيما يتعلق بإعادة تنظيم السياق الاجتماعي من خلال الإعلام الالكتروني فان المشترك في شبكات الحاسوب لا يحتاج إلى الإعلان عن هويته وخصوصا أن أسماء المشتركين والعناوين الالكترونية قد لا تحمل إي علاقة باسم المستخدم الحقيقي أو جنسه أو بلده أو حتى المظاهر الاجتماعية فهي غير مرئية في شبكات الحاسوب حيث تستطيع المرأة التواصل والنقاش مع الآخرين والإدلاء برأيها فالتركيز بهذه الحالة يكون على الموضوع والمضمون بدلا من التركيز على شخصية المتكلم وعلى أساس الأفكار الصريحة والجيدة وليس على أساس ما هو متوقع منها أو غير متوقع منها .

ولابد من الإشارة هنا إلى أن عدم وجود رقابة على الإعلام الالكتروني – على الأقل حاليا – قد تجد المرأة فيه ايجابيات عديدة أهمها أن أي مشترك في أي نقاش تعطى له نفس الفرصة مثل أي مشترك آخر ليقرأ رأيه ويجاب عليه ، وتعرض الآراء والإجابات مرتبة حسب الأسبقية في الكتابة، وهناك أيضا سلبيات لعدم وجود الرقابة ومن أهمها إمكانية تعرض المرأة للتحرش اللغوي الجنسي من قبل المستخدمين فلكل تكنولوجيا حديثة ايجابياتها وسلبياتها وكل منا يستخدمها بما يتناسب مع أفكاره ومعتقدات ومبادئه .

مما سبق كان لزاما أن تعي المرأة العربية لهذا التطور الكبير في عالم الإعلام الالكتروني وتغتنم الفرص المتاحة والسهلة في هذا المجال لتحقيق ما لم تقدر عليه من قبل من خلال الطرق التقليدية في نشر آرائها وأفكارها وإبداء وجودها بكل ما تحمل من قدرات وطموحات، فالإعلام الالكتروني يعد بمثابة أمل جديد للمرأة العربية ، فمن المنتظر أن تسهم تطبيقاته في إعطاء المرأة فرص اكبر للتعبير عن ذاتها من وسائل الإعلام الأخرى نظرا لما يتميز به من اللامركزية يجعله أكثر تحررية وتفاعلية من الوسائل الأخرى، وخاصة المدونات فهي تعنى للمرأة وخاصة في الثقافة العربية المحافظة مساحة حرة للتعبير وفى ذات الوقت مناطق محمية (Protected spaces) ، بمعنى أنها يمكنها أن تعبر عن نفسها وتتواصل مع الآخرين مع احتفاظها بمجهولية شخصيتها .

هنا لابد من الإشارة إلى كتاب (المرأة العربية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال) الصادر عن مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث "كوثر" الذي خلصَ إلى أوجه العلاقة بين تفاعل المرأة العربية مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومدى استفادتها منها وذلك من خلال المدونات النسائية العربية ، واستخدامات الإعلاميات للانترنت ، وصورة المرأة في الصحافة الالكترونية ، ففي تناوله لموضوع المرأة العربية والمدونات، اتضح أن المدونات تمثل آلية لاندماج المرأة في فضاءات علائقية ، لا تخضع فيها لمعايير التمييز والتفرقة والعلاقات التقليدية ، و تحتل المدونات النسائية مكانة غير هامشية في المجتمعات ، كما أنها تحصل علي المراتب الأولى عندما تشارك في مسابقات وطنية أو عالمية ، كما أن المدونات النسائية تتسم بطابعها الحميمي والشخصي بالرغم من أن بعض المدونات تثير مسائل سياسية .

وتمثل المدونات عالما جديدا للمرأة فيه حضور خاص ، فهي تعد صورة مختلفة عن النماذج النمطية التي تتداولها النخب حول المرأة والخاضعة لحداثة شكلانية (والتي تختزلها صـــــورة المرأة – الجسد) أو تلك الملتزمة بالتقاليد الفاضلة (والتي تختزلها صورة المرأة المحترمة التي تلتزم بالقيم الثقافية الأصيلة) ، كما تكشف المدونات النسائية عن عالم النساء المعقد والمختلف، حيث ليس للمرأة جسد فج أو فاتن وروح خالصة وتتجلى المرأة ككائن مركب لا يمكن اختصاره في الثنائيات المتداولة ،و تشكل المدونات النسائية عالما موازيا يمكن داخله بناء علاقات اجتماعية صعبة التحقق في مجتمعات تقوم على الفصل بين عوالم الرجال والنساء ، (كوثر، ٢٠٠٦) .

أما فيما يختص بالمرأة والصحافة الالكترونية ، فقد اتضح أن الصحافة الالكترونية الناشئة في الوطن العربي لا تزال تحمل ملامح ذكورية سواء في موضوعاتها وأساليب تناولها للقضايا المختلفة وكذلك المساهمين في إعدادها، ولا يزال حضور المرأة فيها محدود من حيث المساهمة أما حضور المرأة في الموقع الإلكترونية كموضوع وكمساهم في المحتوى الإعلامي متواضع من الناحية الكمية مقارنة مع المساهمات والموضوعات التي تخص الرجل ،و المرأة العربية لا تزال بعيدة كل البعد عن قطاع الصحافة الالكترونية سواء من ناحية المساهمة في المادة الصحفية أو من ناحية التقديم، رغم أن المواقع الإلكترونية المدروسة تبدو حريصة على منح المرأة التغطية المناسبة في سياقات متنوعة أهمها سياق الحدث أو المناسبة التي تبدو وكأنها تحتم ضرورة نقل الأخبار المتعلقة بالمرأة ، كما أن المواقع الإلكترونية تولي اهتماما متفاوتا بالمرأة كموضوع ومساهمة في المحتوى ، غير أن هناك بعض المواقع التي تمنح مساحة أكبر للمرأة الكاتبة القادرة على التعاطي مع القضايا الاجتماعية والسياسية والفكرية، والمرأة الصحفية

القادرة على أن تسهم بخبراتها الإعلامية في العمل الصحفي الإلكتروني ، وعند الحديث عن استخدام النساء الصحفيات للإعلام الالكتروني نجد أن نوع الجنس ليس محددا للتعامل معه ، وتعتبر المعارف من بين المحددات الأساسية لدرجات التفاوت التي تم تسجيلها في النفاذ إلى هذه الوسيلة الإعلامية الحديثة، كما تتداخل عوامل عدة أخرى لتسهم في خلق تفاوت بين الصحافيات والصحافيين في المعارف والاستخدامات على حد سواء، منها ما تواجهه الصحافية من ممارسات تمييزية داخل بيئة العمل وفي إطار الأسرة والمجتمع، والتمييز ليس دائما ممارسات ظاهرة يتم إدراكها بسهولة، فالممارسات التميزية بين الجنسين في مجال استخدام الإنترنت بشكل عام لا تبدو كذلك في الظاهر ولا يمكن الكشف عنها بسهولة ، كما أن الصحافية تعاني تمييزا داخل بيئات العمل في هذا المجال لأن العاملين في أقسام الشؤون العالمية ومن هم في مواقع صنع القرار، هم في الغالب من

الرجال، يتمتعون بفرص أكثر في التواصل بالإنترنت ويمنحون أجهزة كمبيوتر فردية مرتبط بشبكة الإنترنت وهو ما لا يتاح لجميع الصحافيين ، والصحافية تعاني من الممارسات الاجتماعية التمييزية في الوصول إلى عالم الإعلام الالكتروني ، بسبب العوائق الاجتماعية ونظرة المجتمع إلى أدوار الرجال والنساء وبسبب ما يمارس من التحيز لصالح الفتى في التواصل عبر هذه الوسيلة في الأسرة وفي الفضاءات العمومية .

والاهم أن مضمون الإعلام الالكتروني يكرس تمييزا ضد الصحافية، عموما من خلال تحيزه في الغالب ضد النساء وعدم مراعاته لاحتياجاتهن، لأنه يكرس التوجه نفسه للإعلام التقليدي الذي يعد في الغالب تطلعات الفاعلين الأساسيين فيه .

وعند الحديث عن المرأة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال فإنها توجد في وظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ذات الأجور المتدنية وهي الوظائف التي تتطلب موظفا واحدا مثل أمناء الصندوق أو العاملات في مجال إدخال البيانات، بينما يوجد الرجل في الوظائف ذات الأجور المرتفعة والإبداعية في مجال تطوير البرامج المعلوماتية أو إطلاق شبكات الإنترنت . (كوثر ، ٢٠٠٦)

ويلاحظ أن تطوّر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يقدّم فرصا جديدة عديدة للمرأة، إلا أن التمييز القديم بين المرأة والرجل لا يزال مستمرا، لأنه يغيب تدعيم هذه الفرص بسياسات مدروسة لتأمين المشاركة والملكيّة والتعليم والتدريب على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمرأة .

كما أن الأنماط الثقافية والمجتمعية والعادات والتقاليد السائدة غير مشجعة لتطوير وزيادة مساهمة المرأة في مجالات العلم والتكنولوجيا والتي تحد بالتالي من مشاركتها بفاعلية في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

من هنا كان لابد من تفعيل دور المرأة العربية في مجال تكنولوجيا الإعلام الالكتروني الحديث ، فهناك عدد من النساء قد وصلن إلى مواقع اتخاذ القرار في مجال الإعلام مما يدل على أنه إذا أعطيت المرأة الفرصة فإنها تستطيع أن تثبت قدرتها الإدارية والإبداعية والعلمية كالرجل تماماً إن لم تكن أفضل .

وإذاً لابد أن يكون للمرأة الناجحة دور كبير في أن تكون مثلاً أعلى للنساء الأخريات ، فقد كانت المرأة ولا تزال قادرة دائماً على إثبات جدارتها في جميع المجالات التي دخلتها وآن الأوان أن تعمل بصورة جدية لتغيير منظور ثقافة المجتمع نحو المرأة ، وعلى المرأة أن تبادر بنفسها في هذا التغيير فالمرأة تحتاج لأن تدخل عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتفعيل دورها فيه والمجتمع سيستفيد بالتأكيد .

إن الهدف هو تحرير الطاقة الكامنة لنصف الإنسانية لتطوير المجتمع من خلال أسهل السبل المتاحة وأهمها التكنولوجيا الرقمية ولكي تبدأ المرأة في السير على هذا الطريق لابد وأن تتصف هي ذاتها بان تكون جيدة فيما تقوم به ومستمرة في التدريب الجيد ومصممة على النجاح ومنتجة لأفكار ومشاريع مثمرة ودبلوماسية في التعامل مع من حولها ومهنية في تأدية العمل ، وبالطبع فإنه لا يكفي أن تحدث المرأة تغيرات في ذاتها بل لابد من العمل على إحداث تغيرات في محيطها متمثلة في تجديد بيئة البيت والعمل على السواء من خلال توعية الرجل بدور المرأة الحيوي في البيت والعمل وبالتالي في تنمية المجتمع وإعادة تقييم تعليم البنات في المدارس وإضافة الجانب المهني بالذات إلى الجانب الإعلامي المناسب ودراسة جميع العوامل التي تؤثر على تنمية المرأة في مجال التكنولوجيا عن قرب وهي التعليم والتدريب والتوظيف والثقافة والمجتمع والاقتصاد .

لذا يجب استخدام الإعلام الالكتروني لتكوين شبكات دعم نسائية في محيط العمل والمجتمع لتوجيه ومؤازرة المرأة ودعم حكومي مدروس وذلك عن طريق تغيير في القوانين واستحداث سياسات تتناسب وتفعيل دور المرأة في الجانب الإعلامي ودعم من المؤسسات النسائية في مجال التدريب المتخصص والتوعية والمشاريع ذات العلاقة والمساندة النفسية والمادية ومشاركة المرأة بصورة فعالة في اقتصاديات وتمويل تكنولوجيا الإعلام ، وتطبيقها وتصميمها واتخاذ القرارات بشأنها.

الفصل الخامس

منهجية الدراسة وإجراءاتها

نعرض في هذا الفصل الخطوات العملية التي استخدمتها الباحثة لانجاز الدراسة من خلال تحديد المنهجية الملائمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة ، إضافة إلى وصف مجتمع الدراسة ، وعينة الدراسة ، والأدوات المستخدمة في جمع المعلومات ، كما يتضمن كذلك شرحا للطريقة التي استخدمت للتأكد من صدق الأداة وثباتها والتحليل الإحصائي الذي اتبع للوصول إلى نتائج الدراسة.

٥-١ منهجية الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستخدم منهج المسح الإعلامي والتي تستخدم منهج تحليل المضمون (Content Analysis) وهي تسعى لوصف المحتوى الظاهر للاتصال بطريقة موضوعية ، منهجية ، كمية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة (Valid) ، ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل (Replicable) ، كما جاء بتعريف أول المستخدمين في الدراسات الإعلامية لهذه الأسلوب " بيرلسون " ، إذ أن تحليل المضمون هو : احد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفا موضوعيا منتظما ، كميا .

ويمكن تعريف تحليل المضمون بأنه " مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى ، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني من خلال البحث الكمي ، والموضوعي ، والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى " ،(عبد الحميد،١٩٨٣)

وعليه يتفق معظم المهتمين بهذا المنهج على تضمنه النقاط الرئيسية التالية :

١. وصف مضمون مادة الاتصال .
٢. دراسة المضمون الظاهر للاتصال
٣. مراعاة الموضوعية التامة في تحليل مادة الاتصال
٤. القيام بتحليل المضمون بطريقة منظمة
٥. تحليل المضمون يتم فيه ترجمة الفئات إلى أرقام .

وهذه الطريقة تستخدم بكثرة في الدراسات الإعلامية في حالة تعذر اتصال الباحثين بالمبحوثين بصورة مباشرة للتعرف على اتجاهاتهم وأفكارهم واستجاباتهم من خلال الملاحظة والمقابلة والاستبيان وغيرها ،لذا يلجأ الباحثون لأية طرق بديلة غير تقليدية ، من خلال دراسة النصوص المكتوبة لهذه الجماعات دراسة منهجية .

٥-٢ مجتمع الدراسة وعينتها

يعد مجتمع البحث مجتمعا ضخما نظرا لتعدد مجمعات التدوين في العالم العربي سواء مواقع عربية أو أجنبية إلا أن اختيار الباحثة قد وقع على مجمع المدونات العربية الالكتروني (مكتوب) www.maktoobblog.com ، لعدة أسباب منها انه الموقع الوحيد في العالم الذي أنشأ أول ما يعرف باتحاد للمدونين العرب وهو هيئة عربية مستقلة تسمح بتداول الأفكار وتسعى لإنارة المجتمعات العربية ونشر فكرة التدوين كأحد آليات حرية التعبير ، كذلك يقوم الموقع بتصنيف المدونات تبعا للبلد التى ينتمي إليها المدون ، كما انه من المواقع الرائدة في عالمنا العربي ومجتمعنا الأردني التى قدمت خدمة استضافة المدونات ، علاوة على فاعلية المشاركين فيه وتنامي حجم المجمع بشكل كبير أدى لان تصبح كل البلاد العربية ممثلة فيه بعدد كبير من المدونات ، الأمر الذي جعل موقع الياهو الالكتروني يقوم بتوقيع اتفاقية شراكة معه .

وعليه تتكون عينة الدراسة من ابرز المدونات الالكترونية النسائية الأردنية على الموقع ، منذ نشأة ظاهرة التدوين بالأردن في بداية (٢٠٠٦) وحتى بداية (٢٠١٠) ، والتي تشكل مجتمع الدراسة ، فقد رصد الموقع عدد المدونات الأردنية في هذه الفترة (١٥٥٢٧) مدونة تشكل المدونات النسائية الأردنية منها (٤٦٥٨) أي ما يعادل (٣٠%) من المدونات الأردنية ، وعليه فانه سيتم تحليل على مرحلتين،المرحلة الأولى تحليل ابرز المدونات النسائية الأردنية من (٣٠%) ، بناء على عدد زوار المدونة ، والتعرف على أهم الموضوعات اللاتي كتبن بها ، المرحلة الثانية تحليل موضوعات التي تناولت قضايا المرأة تحديدا .

وهنا لابد من الإشارة إلى انه تم اختيار عـــينة الدراســـــة بـــــطريقــــــة الحـــــصر الشـــــامل (**Complete Census**) ، لكل ما كتب عن قضايا المرأة في المدونات النسائية الأردنية .

٥-٣ أداة الدراسة

لتصميم أداة الدراسة تم تحديد فئات تحليل المضمون ، التي تعتبر أساس عملية التحليل للمادة الإعلامية موضوع الدراسة ، نظرا للارتباط الوثيق بين هذه الفئات وبين مضمون وشكل هذه المادة ، وارتباط ذلك كله بالهدف لموضوع الدراسة .

واعتمد تحليل مضمون المدونات النسائية الأردنية على مجموعة من فئات التحليل التي تم التوصل إلى تحديدها ، بوضع شكل نموذجي لاستمارة تحليل المضمون – لما يجب أن تتضمنه المدونات النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني مكتوب ، وهذا ما يعرف علميا بأسلوب النموذج Model ، ولتحديد فئات التحليل ، تم اختيار وحدتي التحليل التاليتين :

١. الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية ، وهي : المدونات النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني مكتوب .
٢. وحدة الموضوع : وهي الموضوعات التي تتناولها المدونات النسائية الأردنية في ثنايا مدونتها في الموقع الالكتروني مكتوب .

٥-٣-١ فئات تحليل المضمون :

أ . فئات المضمون (ماذا قيل ؟) What is said ?

١- فئة الموضوعات

تهدف هذه الفئة إلى التعرف على تصنيفات الموضوعات التي تكتب فيها المدونات النساء الأردنيات في مدوناتها ، وتنقسم إلى مايلي :

١- الموضوعات السياسية
٢- الموضوعات الثقافية
٣- الموضوعات الاجتماعية
٤- الموضوعات الدينية
٥- الموضوعات الأدبية
٦- الموضوعات الاقتصادية
٧- موضوعات خاصة
٨- موضوعات قضايا المرأة

٢- فئة مصادر المعلومات:

تهدف إلى التعرف على مصادر معلومات المادة الإعلامية في المدونة ، وتنقسم إلى ما يلي:

- المرأة المدونة نفسها
- مصادر خارجية
- المرأة المدونة نفسها ومصادر خارجية معا

٣- فئة صاحبة المدونة

تهدف هذه الفئة إلى التعرف على صاحبة المدونة اسمها ، وعمرها ، والوظيفة التي تشغلها ، وتنقسم إلى :

- اسم صاحبة المدونة (صحيح ، مستعار) .
- عمر صاحبة المدونة (ذكر ، لم يذكر) .
- الوظيفة التي تشغلها صاحبة المدونة (ذكر ، لم يذكر) .

٤- فئة اتجاه المدونة :

هذه الفئة توضح التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون موضع التحليل بالنسبة للقضايا أو الموضوعات المتضمنة فيه ، وعليه تقسم إلى :

- مؤيد
- معارض
- محايد

٥- فئة الأساليب الأدبية المتبعة

وهذه يندرج تحتها كافة الأساليب التي اتبعت لعرض الفكرة وشرحها ، من :

- سرد .
- إنشاء .
- تقرير

٦- فئة الجمهور المستهدف

وتفيد هذه الفئة في التعرف على ما إذا كانت المدونة تستهدف الوصول إلى :

- جماعات معين
- الجمهور العام .

ب . فئات الشكل (كيف قيل ؟) : How it is said ?

حيث تهتم هذه الفئات بالشكل الذي قدمت به المادة الإعلامية في المدونات النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني مكتوب ، موضوع الدراسة ، وتشتمل على مايلي :

١- فئة نمط المادة الإعلامية:

تهدف هذه الفئة إلى التعرف على نمط المادة الإعلامية التي قدمت من خلالها الموضوعات في المدونات النسائية الأردنية ، والتي تنقسم إلى ما يلي :

- المقالات
- قصص
- أبواب خاصة

٢- فئة شكل اللغة المستخدمة :

تهدف إلى التعرف على شكل اللغة المستخدمة في إدراجات المدونات النسائية الأردنية ، وتنقسم إلى مايلي :

- العربية الفصيحة
- العربية العامية
- الانجليزية

٣- المعالجات التيبوغرافية

تهدف إلى التعرف على المعالجة الفنية للمادة الإعلامية والتي يمكن باستخدامها تحقيق تأثير كبير على القراء ،ومن أمثلتها :

- العناوين الرئيسية
- الألوان
- الصور

٤-٥ اختبارا الصدق والثبات :

تم تطبيق اختباري الصدق والثبات بعد تصميم استمارة التحليل ، على النحو التالي :

أ . اختبار الصدق :

لتأكد من صدق الاستمارة الخاصة بتحليل المضمون ، فقد تم تحديد فئات تحليل المضمون تحديدا دقيقا ، حيث عرضت الاستمارة على المختصين في هذه المجال كمحكمين ، وكانوا من أساتذة علم الاجتماع في الجامعة الأردنية ، وجامعة اليرموك ، وتم إجراء التعديلات اللازمة بناء على أرائهم ووجهات نظرهم ، حتى أصبحت الاستمارة في صورتها النهائية لتطبيق الدراسة .

ب . اختبار الثبات :

ويقصد بالثبات انه يمكن إن تكرر التحليل ، نحصل على نتائج ثابتة في كل مرة ، وقد طبقت الباحثة نفسها اختبار الثبات بتحليل المادة نفسها على فترات زمنية متباعدة وقد اتسقت نتائجها في كل مرة مع نتائجها في المرات السابقة لها ، ولم تتغير نتائج التحليل من تحليل لأخر ، وبتطبيق هذا الأسلوب تحققت نسبة ثبات ١٠٠% في فئات التحليل .

٥-٥ أسلوب تحليل البيانات :

لقد تم تحليل البيانات بعد مشاهدة ابرز المدونات النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني مكتوب، وتم كتابة الموضوعات والأفكار التي احتوتها هذه المدونات ضمن فئات التحـــــلـــــيـــــل المعـــــتمدة (فئات المضمون ، فئات الشكل) ومن ثم حسب تكرارها في كل مدونة من ابرز المدونات النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني وتحديدا في الفترة من بداية (٢٠٠٦-٢٠١٠) ، وفي ضوء ذلك تم استخدام أسلوب الإحصاء الوصفي الذي يرتكز على الجداول التي تعرض التكرارات والنسب المئوية . بحيث ساعد ذلك على تصنيف البيانات وترميزها ، ومن ثم تحليلها .

٥-٦ صعوبات الدراسة :

واجهت الباحثة أثناء إعداد هذه الدراسة الصعوبات التالية :

١ . صعوبة الحصول على قوائم بأسماء المدونات الأردنيات المشاركات في المدونات النسائية الأردنية كافة ، ليتم اختيار العينة المبحوثة ، وذلك لان المدونات الأردنية منهن من يدون بأسماء مستعارة وصعوبة التواصل معهن من خلال البريد الالكتروني أو أرقام الهاتف مما استدعى الباحثة حصر عينة الدراسة في موقع الكتروني واحد يقدم خدمة التدوين وهو موقع مكتوب الالكتروني " مجمع التدوين العربي "

٢ . صعوبة تحليل المدونات بدقة وذلك لتفاجئ الباحثة بعدم التزام المدونات النساء الأردنيات بشروط التدوين ، بالإضافة إلى اهتمامهن بشكل الصفحة الالكترونية بعيد عن اهتمامهن بالمضمون الذي يجب أن تحتويه هذه الصفحة الالكترونية ، وهذا بالتالي مأخذ يؤخذ على هذه المدونات كونهن اهتممن بالشكل على حساب المضمون ، بالإضافة لعدم التسلسل الزمني في الإدراجات حيث كانت المدونة تدون يوم وتغيب شهر وتعود تدون من جديد وهكذا ، الأمر الذي اوجد فترات زمنية متباعدة في عملية التدوين .

٣. قلة المراجع ، والدراسات السابقة ، نوعا ما التي تتناول موضوع المدونات الالكترونية كواحدة من أهم تطبيقات الانترنت ، حيث أن أغلبية المراجع والدراسات تتناول موضوع الانترنت بشكل عام ، وبالتالي التحدث عن المدونات بشكل مختصر جدا .

الفصل السادس

تحليل البيانات ومناقشتها

قامت هذه الدراسة بتحليل المضمون للمدونات النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني مكتوب في الفترة ما بين بداية (٢٠٠٦) ولغاية بداية (٢٠١٠) ، من اجل التعرف على مضمون وشكل هذه المدونات من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة بالتعرف على مستوى المشاركة الأردنية في مجمع المدونات العربية مكتوب ، ومستوى مشاركة المرأة الأردنية على نفس الموقع ، والتعرف على مضمون وشكل هذه المدونات من خلال موضوعات التدوين التي تحتل الصدارة لدى المدونات النسائية الأردنية ، واهم قضايا المرأة التي تحتل الصدارة عند المدونات ،ومعرفة اتجاهاتهن وأساليبهن المتبعة ومصادر معلوماتهن، وفئة الجمهور المستهدف من خلال المادة الإعلامية في هذه المدونات ،وكذلك معرفة نمط المادة الإعلامية ، واللغة المستخدمة ، والمعالجات التيبوغرافية لهذه المدونات ، وما هو دور هذه المدونات في تغير الصورة النمطية للمرأة .

وفي ضوء ذلك قامت الباحثة برصد المحاور والفئات السابقة ، التي تمثل هدف الدراسة ، وتناولها بالتحليل من خلال وحدتي التحليل الأساسيتين اللتين تم اعتمادهما في هذه الدراسة . وهما :

١. الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية ، وهي المدونات النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني مكتوب .

٢. وحدة الموضوع : وهي الأفكار والموضوعات التي تتناولها المدونات النسائية الأردنية في ثنايا مدونتها .

نعرض في هذا الفصل جداول الدراسة الخاصة بالمضمون والشكل للمادة البحث الخاصة بالتحليل، بناء على إجابات أسئلة الدراسة بالترتيب .

أولا : مستوى المشاركة الأردنية في المدونات العربية على الموقع الالكتروني "مكتوب "

جدول رقم (١) مستوى المشاركة الأردنية في المدونات العربية على موقع الالكتروني مكتوب

الدول العربية	العدد	النسبة %
مصر	27808	21
السعودية	24734	18
الأردن	15527	12
المغرب	13593	10
الجزائر	12015	9
فلسطين	7111	5
سوريا	5735	4
العراق	4139	3
الإمارات	3678	3
السودان	3562	3
اليمن	3544	3
ليبيا	3236	2
الكويت	2489	2
تونس	1541	1
البحرين	1364	1
قطر	1181	1
لبنان	1145	1
موريتانيا	1077	1
عمان	1046	1
الصومال	125	0
جيبوتي	47	0
جزر القمر	11	0
المجموع	134708	100

ملاحظة : جدول رقم (١) من إعداد الباحثة بالتعاون مع موقع مكتوب الالكتروني

من خلال تحليل المدونات الأردنية على الموقع الالكتروني مكتوب نتج أن مشاركة الأردن على الموقع من بين الدول العربية تأتي بالمرتبة الثالثة ، فكما يوضح الجدول رقم (١) فان الترتيب التنازلي لمشاركة الدول العربية على الموقع الالكتروني مكتوب تحتل دولة مصر العربية المرتبة الأولى في عدد المدونات المصرية على الموقع بنسبة (٢١%) ، وثم تحتل السعودية المرتبة الثانية في المشاركة بالتدوين بنسبة (١٨%) ، وبعدها تأتي الأردن بالمرتبة الثالثة في الفترة المحددة من (١-١-٢٠٠٦ – ولغاية ١-١-٢٠١٠) بنسبة مئوية تساوي (١٢%) ، تليها المغرب بنسبة (١٠%) ، والجزائر (٩%) ، وفلسطين (٥%) ، ثم سوريا (٤%) ،فالعراق (٣%) ، وكذلك الإمارات والسودان واليمن بنسبة (٣%) ، وثم ليبيا والكويت بنسبة (٢%) ،وكلا من تونس والبحرين وقطر ولبنان وموريتانيا وعمان بنسبة (١%) ، أما السودان وجيبوتي وجزر القمر فكانت مشاركتهم في عالم التدوين على الموقع الالكتروني مكتوب قليلة جدا وتكاد لا تذكر إذ أن نسبتهم بالنسبة لمجموع المدونات في الدولة العربية كانت تساوي (٠%) مما يدل على اهتمام شبة معدوم في التدوين في هذه الدول العربية الفقيرة .

وعليه من خلال هذا الجدول يتبن لنا أن مشاركة الأردن في عالم التدوين على الموقع الالكتروني مكتوب كانت كبيرة نسبيا مقارنة مع الدول العربية الأخرى .

ثانيا : مستوى مشاركة المرأة الأردنية في المدونات الأردنية في الموقع الالكتروني " مكتوب ":

جدول رقم (٢)

مستوى مشاركة المرأة الأردنية في المدونات الأردنية على موقع الالكتروني مكتوب

المدونات الأردنية	العدد	النسبة %
المدونات التي يحررها رجال	10869	70
المدونات التي تحررها نساء	4658	30
المجموع	15527	100

ومع تحليل المدونات الأردنية على الموقع الالكتروني " مكتوب " ، تبين أن مشاركة المرأة الأردنية في المدونات الأردنية تشكل ما نسبته (٣٠%) فقط من مجموع المدونات الالكترونية الأردنية على موقع ، فكما يبين الجدول رقم (٢) فان مجموع المدونات الأردنية على الموقع في الفترة ما بين بداية (٢٠٠٦ ولغاية بداية ٢٠١٠) كان (١٥٥٧٢) مدونة ، منها (١٠٨٦٩) مدونة يحررها رجال ، و (٤٦٥٨) مدونة تحررها نساء أي ما يعادل نسبة (٧٠%) لمدونات الرجال الأردنيين ، و (٣٠%) مدونات تحررها نساء أردنيات ، الأمر الذي يعكس التفاوت الكبير في نسبة اهتمام النساء في عملية التدوين الالكتروني مقارنة مع الرجال ، وهذا بدورة يعكس مدى اهتمام المرأة الأردنية بأهمية الاتصال الالكتروني وبالمدونات تحديدا كونها شكل من أشكاله ، الأمر الذي يؤكد عدم استغلال هذه الوسيلة لما يخدمها ويخدم قضاياها وتغيير واقعها نحو الأفضل .

ثالثا : أهم تصنيفات المدونات النسائية الأردنية من حيث الموضوعات :

جدول رقم (٣)

تصنيف المدونات النسائية الأردنية حسب الموضوعات

تصنيف المدونات	**التكرار**	**النسبة %**
سياسية	28	8
ثقافية	45	13
اجتماعية	36	11
دينية	31	9
أدبية	48	14
اقتصادية	9	3
خاصة	97	29
قضايا المرأة	45	13
المجموع	339	100

تم اختيار عينة الدراسة المقترح تحليلها من ابرز المدونات النسائية الأردنية على موقع مكتوب الالكتروني بناءا على عدد الزوار لهذه المدونات ، وقد بلغ عدد ابرز هذه المدونات (١٠٠) مدونة نسائية أردنية ، وقد تبين من خلال التحليل أن المدونات النسائية الأردنية تصنف حسب الموضوعات التي تكتب بها في هذه المدونات ، و يبين الجدول رقم (٣) أهم التصنيفات للمدونات النسائية الأردنية حسب الموضوعات التي تكتب بها وتتناولها في ثنايا مدونتها .

فمن خلال تحليل (١٠٠) مدونة تبين أن هذه المدونات تكتب بها النساء الأردنيات ضمن تصنيفات للمدونات ، وكل واحدة من هذه (١٠٠) مدونة تحتوي على تدوينات مختلفة من حيث تصنيف الموضوعات إلى ، سياسية ، ثقافية ، اقتصادية ، اجتماعية ، أدبية ، دينية خاصة ، وأخرى تعنى بقضايا المرأة ، فكما يبين الجدول رقم (٣) ، فان عدد المدونات النسائية الأردنية التي تصنف على أنها مدونات خاصة كانت تحمل اعلي نسبة (٢٩%) ، وتلتها المدونات الأدبية بنسبة (١٤%) ، ثم المدونات الثقافية ومدونات قضايا المرأة بنسبة (١٣%) ، أما المدونات الاجتماعية كانت تمثل نسبة (١١%) ، ثم المدونات الدينية (٩%) فالمدونات السياسية (٨%) ، وفي المرتبة الأخيرة احتلت المدونات الاقتصادية بنسبة (٣%) ، وعليه فقد أصبح مجموع المدونات بناء على تصنيفها (٣٣٩) مدونة بتصنيفات مختلفة ، منها من يدون بنفس المدونة بأكثر من تصنيف من السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية والأدبية وثقافية وأخرى خاصة وقضايا المرأة ، كما تبين الملاحق المرفقة بنهاية الرسالة .

وبناء عليه فقد تم تحليل المدونات التي تصنف على أنها تعنى بقضايا المرأة وعددها (٤٥) مدونة، وهنا تبدأ المرحلة الثانية من التحليل :

تحليل من حيث المضمون ، ماذا قيل ؟ :

الموضوعات (القضايا) ، مصادر المعلومات ، الاتجاه ، الأساليب الأدبية المتبعة ، والجمهور المستهدف ، ومعلومات عن صاحبة المدونة الاسم ، العمر ، المسمى الوظيفة .

ومن حيث الشكل ، كيف قيل ؟ :

نمط المادة الإعلامية ، اللغة المستخدمة ، والمعالجات الفنية .

٦-١ النتائج الخاصة بالمضمون

فئات المضمون (ماذا قيل ؟) :

رابعا : أهم القضايا التي تحتل الصدارة في المدونات النسائية الأردنية التي تعنى بقضايا المرأة

جدول (٤)

أهم القضايا التي تحتل الصدارة في المدونات التي تعنى بقضايا المرأة في المدونات النسائية الأردنية على الموقع الالكتروني مكتوب

قضايا المرأة	التكرار	النسبة %
قضايا الزواج	127	16
قضايا الطلاق	22	3
قضايا الخلع	4	1
قضايا التعليم	6	1
قضايا العمل	27	3
قضايا العنف	133	17
قضايا النفقة	7	1
قضايا المساواة	51	6
قضايا المجتمع الذكوري	137	17
قضايا التنميط	285	36
المجموع	799	100

النسبة المئوية المتمثلة في قضايا المرأة التي تم طرحها في المدونات النسائية الأردنية الالكترونية وتم حسابها وفقا لما يلي : التكرار × ١٠٠

المجموع

يلاحظ من تحليل المدونات النسائية الأردنية التي تعنى بقضايا المرأة ، تركيزها على قضايا التنميط ،إلا أن عدد قليل منها سلط الضوء على قضايا المرأة من خلال سرد لمقالات وقصص عن قضايا الزواج والطلاق والخلع والنفقة والعمل والتعليم والعنف والمساواة وقضايا المجتمع الشرقي الذكوري .

فكما يبين الجدول رقم (٤) ، فقد حلت قضايا التنميط التي تشتمل على موضوعات الأزياء والتجميل والصحة والطبخ والديكور والتسوق ، في المدونات النسائية الأردنية التي تصنف على أنها مدونات تعنى بقضايا المرأة على الموقع الالكتروني مكتوب في المقام الأول بين سائر القضايا المهمة الأخرى ، بنسبة (٣٦%) من مجموع القضايا ، ثم تلتها قضايا العرف الاجتماعي المتمثلة في صورة المرأة في المجتمعات الذكورية بنسبة (١٧%) التي تساوت معها بنفس النسبة قضايا العنف (١٧%) ، ثم قضايا الزواج في المرتبة الثالثة حيث بلغت نسبة التركيز عليها (١٦%) ثم قضايا المساواة بنسبة (٦%) ، وقضايا الطلاق والعمل تقريبا تساوت بنسبة (٣%) ، ونسبة لا تذكر لكل من قضايا الخلع والتعليم والنفقة (١%) .

ففي قضايا الزواج ، دونت إدراجات مثل " الضرة مرة ولو كانت درة " ، وإدراج " هل تفضلين أن تكوني زوجة ثانية " ، هذه الإدراجات كانت تتناول القضايا التي تخص قضية تعدد الزوجات ، وإدراجات أخرى تتضمن قصص عن الأسلوب التقليدي للخطبة و الزواج كإدراجات " فنجان قهوة " ، " دمية تركيب " ، " بعثة خطبة " ، " عريس حسب الطلب " وإدراجات أخرى عن قضايا الزواج وعنوسة المرأة المتمثلة في إدراج "سأنتظر المليونير" وإدراج " رجل وامرأة " ، وغيرها الكثير من الادرجات التي تتعلق بقضايا الزواج ، أما بالنسبة للإدراجات التي تتناول قضية الطلاق والخلع فهي قليلة وأهمها إدراج " أيتام ولكن إباءهم أحياء " ، وإدراج " المطلقة ورحلة الشقاء " ، وإدراج " قرار ولكن" ، وإدراج " الخلع " حيث تضمن برقية دعوة ...

" يسرني دعوتكم لحفل الاستقبال الذي أقيمه عند الساعة السابعة مساءا يوم ...فندق .... وذلك احتفالا بإتمام إجراءات خلعي لزوجي السابق ... حضوركم يعني مشاركتي فرحتي ..."

و إدراج " عندما يبوح الورد " ، الذي تناول عدد من قضايا المرأة في إدراجات متسلسلة نقتبس منه ، " هناك... وراء جدران البيوت الصامتة ثمّة من يناجي حريّة الروح . ثمّة وجوه جميلة حجب جمالها عرق الإعياء الذي ينتظر من يمسحه ، و دموع خجلة تنتظر من يكفكفها. هناك تقبع المرأة .. البطل المختفي ، طوعاً أو كرهاً ، ما وراء الكواليس . فلنقترب من الورد ..

فلنسمع بوحه الذي ضاع في مجتمع ذكوريّ بحت . فلنستدرج ذلك البوح بعيداً عن الخجل و الخوف و نظرة المجتمع النمطيّة . حينها سنقدّر الوردة أكثر عندما نعلم كم تعاني لتنشر رحيقه

حيث تعرض المدونة قصص من واقع الحياة لنساء معيلات " قضايا العمل " وأخريات يتحملن مسؤولية النفقة على من تعولهم " قضايا النفقة" ، وأخريات يتعرض لأشكال مختلفة من العنف " قضايا العنف " أثناء العمل ، وهذه القصص ناتجة عن الظلم والطلاق التعسفي الأمر الذي ترتب عليه أن تحمل المرأة على عاتقها هذه المسؤوليات الثقيلة .

أما فيما يخص قضايا المرأة المتعلقة بالعمل فتعتبر الإدراجات التي تناولت هذه القضية أيضا إدراجات قليلة نقتبس من أهم الإدراجات ما كتب في هذه القضية ، والذي احتوى على قضايا الزواج والطلاق أيضا، وهو بعنوان ، " المرأة ... ذلك الشيء " الذي يتناول الموضوع على شكل مقال :

" تعمل المرأة الآن بالوظائف المتنوعة ويتسلط بعض الأزواج على دخلها ويأخذه عنوة بحكم أنه من سمح لها بالخروج للعمل على حساب البيت والأولاد حتى وإن كان لا يحتاج للمال الخاص بها وعنده ما يكفي من المال ليعيش في وضع مريح , ولكنها الكائن الأضعف والذي يستعمل ضده كل أنواع التهديد بدأ من الهجر ونهاية بالطلاق في حال عدم التجاوب ووضع كل ما تحصل عليه على طاولة سي السيد والبطل الهمام الذي منّ عليها ببقائه زوج لها وأخذ منها الأجر على ذلك ... "

كما تطرقت لقضية عمل المرأة وإعطاءها الفرصة لتثبت جدارتها ومساواتها مع الرجل على أساس الكفاءة ، خاصة في إدراج " عشرة بطيخات بيد واحدة " .

وفي قضايا العنف تناولت المدونات النسائية الأردنية هذه القضية بجميع أشكالها ، العنف اللفظي والجسدي و النفسي المتمثل تحديدا بقصص الخيانة الزوجية كما في إدراج " رفقا بالقوارير " ، وإدراج " زوجها والجوال " ، والعنف الجسدي المتمثل بجرائم الشرف وتحديد في إدراج " التهمة أنثى " ، وإدراج " متى يتوقف المسلسل " ، وإدراج " حاميها حرميها " ، و إدراج " أنانية رجل " ، أما الإدراج الذي حمل جميع أشكال العنف كان بعنوان " ليلة لأسرة عربية " .

وعليه فإنه يؤخذ على المدونات النسائية الأردنية أنها لم تحظ باهتمام ملحوظ جدي وملموس بقضايا المرأة ، حيث كانت نسب تكرارها ضئيلة جدا بالمقارنة بقضايا العرف الاجتماعي المتمثلة بالعديد من الإدراجات وأهمها إدراج " يا رب ولد " ، وإدراج " خلفة البنات " ، وإدراج " سلطة الأخ الأكبر " ، والعدد الأكبر من الإدراجات في المدونات النسائية الأردنية التي تعنى بقضايا المرأة كان لقضايا التنميط التي كانت وللأسف في جل اهتمامهن .

وهكذا نلاحظ اهتمام المدونات النسائية الأردنية في غالبيتهن بقضايا التنميط التي ترسخ صورتهن النمطية في المجتمع الذكوري دون لفت النظر إلى القضايا الهامة الأخرى التي تعاني منها المرأة العربية بشكل عام في هذه المجتمعات الذكورية ، وربما يعود التركيز على هذه القضايا من الأفكار الراسخة في أذهان المرأة عن اهتماماتها وصورتها المتمثلة في مواقع للنساء فقط والتجميل والأزياء إلى أخره من القضايا التي ترسخ هذه صورتها وأدوارها النمطية دون الاكتراث إلى أهمية تناول قضايا المرأة الأخرى في هذه الفسحة الالكترونية العالمية الانتشار وبالسرعة اللامحدودة والحرية الفائقة في التعبير .

خامسا : مصادر معلومات المدونات النسائية الأردنية :

جدول (٥) مصادر معلومات المدونات النسائية الأردنية

مصدر المعلومات	العدد	النسبة %
المدونة نفسها	8	18
مصادر أخرى	6	13
المدونة ومصادر أخرى	31	69
المجموع	45	100

لوحظ من بيانات الجدول رقم (٥) اعتماد المدونات النساء الأردنيات على أنفسهن فيما تحتوي مدونتهن من كتابات حيث يكتبن عن موضوعاتهن الشخصية في أبواب خاصة ، بالإضافة إلى اعتمادهن على مصادر أخرى مثل الاقتباسات ، خاصة أن المدونات النسائية الأردنية يغلب عليها الطابع الشخصي من خواطر وصور ، حيث لوحظ أن ما نسبته (٦٩%) من المعلومات في المدونات النسائية الأردنية مصدرها المدونة نفسها ومصادر أخرى مثل اقتباسات من مقولات

وحكم وصور وشعر ومقاطع من اليوتيوب ، وان ما نسبته (١٨%) من هذه المعلومات من آراء وأفكار المدونة نفسها تم سردها في مقالات وقصص وان المصادر الأخرى للمعلومات تشكل نسبة (١٣%) من محتوى هذه المدونات ، وهذا بالتالي يؤكد على أن المدونات النسائية الأردنية تتصف بالطابع الشخصي لان معلوماتها من صاحبة المدونة نفسها وهي الأغلبية التي تكتب عن أمور شخصية ومعلومات شخصية تسرد على شكل خواطر والمعلومات من المصادر الأخرى كانت على شكل اقتباسات شعرية وحكم .

سادسا : اتجاه المدونات النساء الأردنيات من قضايا المرأة :

فئة الاتجاه : هي الفئة التي توضح التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون موضع التحليل بالنسبة للمواقف أو القضايا أو الموضوعات المتضمنة فيه ، فبينما توضح فئة الموضوع أن ٥٠% من المضمون يركز على قضية معينة ، توضح فئة الاتجاه أن هذه النسبة تأيد آو تعارض آو تبقى على الحياد في هذه القضية .

جدول (٦) اتجاه المدونات النساء الأردنيات من قضايا المرأة

فئة الاتجاه	العدد	النسبة %
مؤيد	2	4
معارض	10	22
محايد	33	73
المجموع	45	١٠٠

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (٦) اتجاهات المدونات النساء الأردنيات لقضايا المرأة التي تم عرضها في مدوناتهن بنسب متفاوتة بين مؤيد ومعارض ومحايد لواقع قضايا معينة حيث يلاحظ أن ما نسبته (٢٢%) من المدونات يكتبن بصيغة معارضة لواقع المرأة في القضايا التي تخصها خاصة في قضايا الزواج والطلاق والخلع والعمل والنفقة والعنف والمساواة ، في محاولة إلى طرح أفكار وأراء وفتح المجال أمام الزوار لإبداء تعليقاتهم على الموضوع ، وفي بعض القضايا لوحظ أن ما نسبته (٢%) تؤيدن هذا الواقع وتدعمه من خلال تناولها لقضايا

المرأة بصورة لافت للنظر بحيث تنادي بالتمسك بأفكار المجتمع الذكوري ولا تبالي بموضوع المساواة وتؤكدن أن البقاء على هذا الحال أفضل لحياة كريمة للمرأة ، أما نسبة الحياد في قضايا المرأة الجوهرية احتلت النسبة الأكبر التي بلغت (٧٣%) خاصة أن غالبية المدونات النساء الأردنيات اهتممن في تدويناتهن بقضايا الأزياء والتجميل والديكور والصحة والطبخ والقضايا التي تكرس صورة المرأة النمطية دون التطرق إلى قضايا المرأة الجوهرية التي يجب أن تخدمها المرأة وتتطرق لها في سعي دائم لتغيرها .

سابعا : الأساليب الأدبية المتبعة في المدونات النسائية الأردنية لطرح قضايا المرأة :

جدول (٧) الأساليب الأدبية المتبعة في المدونات النسائية الأردنية لطرح قضايا المرأة

الأساليب الأدبية	العدد	النسبة %
إنشاء	12	27
سرد	28	62
تقرير	5	11
المجموع	45	100

أما بالنسبة للأساليب الأدبية المتبعة في طرح قضايا المرأة في المدونات النسائية الأردنية فكما يبين الجدول (٧) ، تعددت أساليب عرض القضايا والموضوعات في المدونات حيث تحتل أساليب السرد المرتبة الأولى بنسبة (٦٢%) ، تليها الإنشاء في موضوع معين بنسبة ، (٢٧%) ، ثم تقرير عن الموضوع بنسبة (١١%) .

هذا بدوره يساعد على إثراء المدونة بالكثير من الآراء والاتجاهات والتعليقات على الموضوع وتفاعل القراء مع هذه التدوينات الأمر الذي ربما مع تكرار هذه القضايا تستطيع المدونة بشكل أو بأخر تغيير واقع معاش .

ثامنا : الجمهور المستهدف من وراء نشر المدونات النسائية الأردنية :

جدول (٨) فئة الجمهور المستهدف من قبل المدونات النساء الأردنيات

فئة الجمهور المستهدف	العدد	النسبة %
جماعات معينة	34	76
الجمهور العام	11	24
المجموع	45	100

هنا نلاحظ أن النساء الأردنيات سلطن الضوء على أهم القضايا التي تخص المرأة في ثنايا تدويناتهن حيث أن نسبة الجمهور المستهدف التي يبينها الجدول رقم (٨) تشير إلى أن القضايا كانت موجهة لجماعات معينة ، وهي للمرأة فقط خاصة في المدونات التي تضمنت الأزياء والتجميل والطبخ وما إلى ذلك من هذه الموضوعات المشابه بنسبة (٧٦%) وان بقية المدونات التي اهتمت بقضايا المرأة بشكل خاصة كانت موجه للجمهور العام بنسبة ، (٢٤%) في أمل أن تلقى قراء منصفين لواقع المرأة في المجتمعات الذكورية ، مع خطوة ولو واحدة للتغير لصالحها.

تاسعا : معلومات عن المدونات النساء الأردنيات : الأسماء ، الأعمار ، المسمى الوظيفي

ومن خلال التحليل لمحتوى المدونات النسائية الأردنية لوحظ أن عدد اللواتي قمن بالتعريف عن أنفسهن من أسماء صحيحة وأعمار وذكر المسمى الوظيفي كانت على النحو الذي تبينه الجداول رقم (٩ – أ) ، (٩ – ب) ، (٩ – ج) .

جدول (٩ – أ) الأسماء الصحيحة والأسماء المستعارة للمدونات النساء الأردنيات

الأسماء	العدد	النسبة %
أسماء صحيحة	30	67
أسماء مستعارة	15	33
المجموع	45	100

فالجدول رقم (٩ – أ) ، يبين أن عدد اللواتي دونَ بأسماء صحيحة كانت نسبتهن مرتفعة جدا (٦٧%) ، مقارنة بنسبة اللواتي دونَ بأسماء مستعارة بنسبة (٣٣%) الأمر الذي يدل على بداية التغير ، وقدرتهن على كتابة أسمائهن الصريحة إنما يبشر بقدرتهن على طرح قضاياهن بشكل صريح أيضا في هذا الفضاء الحر ، إلا أن استعارة الأسماء الوهمية وعدم كتابة الاسم الصريح في بعض من المدونات النسائية الأردنية لبعض الكاتبات لدليل على انه ما زال هناك تخوف من التعبير بحرية .

جدول (٩ – ب) أعمار المدونات النساء الأردنيات

الأعمار	العدد	النسبة %
15-25	11	24
25-35	13	29
35-45	3	7
45-55	1	2
55-65	1	2
لم يذكر	16	36
المجموع	45	100

أما نسبة اللواتي لم يذكرن أعمارهن فان الجدول رقم (٩ – ب) يبين أن نسبتهن كبير حيث بلغت (٣٦%) وهذا الأمر ليس غريب على النساء عموما ، لكن يمكن القول بان أغلبية اللواتي يدونَ من النساء الأردنيات تقع أعمارهن ما بين (٢٥ – ٣٥) ، بنسبة (٢٩%) وهذه الفترة العمرية للمرأة عموما تكون فيها في أوج نضجها العقلي والنفسي والعاطفي ، الأمر الذي يجب أن ينعكس على كتاباتها وطريقة طرحها وتناولها للقضايا الهامة التي تتعلق تحديدا بقضايا المرأة.

جدول (٩ – ج) الوظائف التي تشغلها المدونات النساء الأردنيات

الوظيفة	العدد	النسبة %
صحافة	6	13
أكاديمي	5	11
إداري	3	7
طالب	6	13
ربة بيت	1	2
أخرى	3	12
لم يذكر	21	47
المجموع	45	100

ولمعرفة أهم الوظائف التي تشغلها المدونات النساء الأردنيات فكما يبين الجدول رقم (٩– ج) فان اعلي نسبة منهن لم يذكرن المسمى الوظيفي لهن فقد بلغت (٤٧ %) ، تليها نسبة الطالبات ، والصحافيات (١٣ %) ، واقل نسبة كانت تشغلها ربات البيوت بنسبة (٢ %) ، الأمر الذي ربما يؤكد أن اللواتي يكتبن في المدونات النسائية الأردنية هن نساء متعلمات ، مثقفات ، عاملات ، منتجات ، لابد أنهن يواجهن قضايا كثير تعنى بحقوقهن وواجباتهن لكنهن لا يكتبن بها أو يسلطن الضوء عليها في مدوناتهن إلا في القليل النادر .

٦-٢ النتائج الخاصة بالشكل

ب- فئات الشكل (كيف قيل ؟) :

عاشرا : العناصر التيبوغرافية :

أ – نمط المادة الإعلامية :

جدول (١٠ – أ) نمط المادة الإعلامية في المدونات النسائية الأردنية

نمط المادة الإعلامية	العدد	النسبة %
مقالات	7	16
قصص	7	16
أبواب خاصة	31	69
المجموع	45	100

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (١٠ – أ) إلى اعتماد المدونات النساء الأردنيات على أنماط مختلفة للمادة الإعلامية في كتابتهن في مدوناتهن الالكترونية من مقالات وقصص وأبواب خاصة ، وتحتل الأبواب الخاصة النسبة الأكبر حيث تشكل (٦٩%)، من مجموع أنماط المادة الإعلامية المستخدمة في عملية تدوين أفكارهن وآراءهن وتعليقاتهن ، وتحتل المقالات والقصص نفس النسبة في تدويناتهن وقد بلغت (١٦%) .

ب – شكل اللغة المستخدمة :

جدول (١٠ – ب) اللغة المستخدمة في المدونات النسائية الأردنية

فئة اللغة المستخدمة	العدد
العربية الفصحى	4
العربية العامية	40
اللغة الإنجليزية	1
المجموع	45

أما بالنسبة للغة التي تستخدمها المرأة الأردنية في كتابة تدويناتها فتشير البيانات في الجدول رقـــم (١٠ – ب) إلى أن عدد المدونات النسائية الأردنية التي تعنى بقضايا المرأة والمستخدمة اللغة العربية العامية بلغت (٤٠) مدونة ، وعدد المدونات النسائية الأردنية التي تعنى بقضايا المرأة ودونت باللغة العربية الفصحى بلغت (٤) مدونات ، ومدونة واحدة فقط دونت باللغة الانجليزية في بعض تدويناتها ، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن تعدد فئات اللغة المستخدمة في التدوين لدى المدونات النسائية الأردنية يعود لتنوع ثقافة المدونات واختلاف مستوياتهم العلمية والعمرية ، واحتلت اللغة العربية العامية العدد الأكبر لسهولة الكتابة بها ، كونها الأكثر تداول في الحديث .

ج – استخدام المعالجات الفنية : من عناوين رئيسية و صور و ألوان في المدونات النسائية الأردنية الالكترونية :

بينت الدراسة التحليلية إلى أن جميع المدونات النسائية الأردنية تهتم بالمعالجات الفنية وإخراج الصفحة الالكترونية ، من استخدام العناوين الرئيسية والصور والألوان وإطارات للصفحة بشكل واضح ، الأمر الذي يلفت انتباه زائر المدونة والذي يؤدي إلى تحقيق مزيد من الجذب للمدونة التي تستخدم الألوان وكذلك بالصور التي تزيد من تدعيم قيمة المضمون نظرا لما تضيفه على المادة الإعلامية من زيادة في الإيضاح ، فضلا عما تعكسه الصور من معان وأفكار ، وعليه فان نسبة المعالجات الفنية في هذه المدونات بلغت (١٠٠%) .

من هنا يتضح أن مدونات المرأة الأردنية على الموقع الالكتروني مكتوب يغلب عليها الطابع الشخصي ، والقصور في تناول قضايا المرأة بشكل جدي وملموس ، ولكن التناول العام للقضايا وخاصة التي ترسخ صورتها النمطية اكبر ، كما أن الطرح يغلب عليه أسلوب الكتابة في أبواب خاصة شخصية ، غير أن الكتابة بالاسم الصريح يدل على بداية التغير ، وعليه فان المدونات الأردنيات لم يسخرنَ الإعلام الالكتروني الحديث لخدمة قضاياهن بالشكل الأمثل ولإيصال أصواتهن إلى العالم اجمع والكشف عن أهم القضايا التي تقلقهن ، في فضاء الإعلام الالكتروني الحر بقدر ما ساعدن في تسخيره لتكريس الصورة النمطية الراسخة في الأذهان وفي التقاليد الاجتماعية ، فلقد تبن للباحثة من خلال التحليل لهذه المدونات أن عدد النساء الأردنيات اللواتي دون عن قضايا المرأة في مدوناتهن لا يتجاوز (٧) مدونات وإذا ما قسنا نسبتهن للعدد الكلي للمدونات التي تعنى بقضايا المرأة (٤٥) مدونة ، فإنها تعتبر نسبة قليلة جدا ، وبالتالي

لابد من لفت أنظار المدونات النساء الأردنيات إلى أهمية تتناول القضايا التي تهم المرأة العصرية في هذه الفسحة الالكترونية ، لما يخدم مصلحتها ويخرجها من دائرة التنميط لكينونتها الإنسانية خاصة أن ما تتميز به الصفحات الالكترونية من حرية التعبير عن الرأي دون قيد أو شرط يمنحهن فرصة اكبر لتعبير والكتابة عن كل ما يجول في خواطرهن الأمر الذي يتطلب منهن الكتابة أكثر عن قضاياهن الحساسة ومشاركة الآخرين في أرائهن ومعتقداتهن حول حقوقهن وأهدافهن وطموحاتهن في تحقيق أنفسهن واثبات جدارتهن وقدرتهن على جميع الأصعدة.

وعليه يؤخذ على حضور المرأة الأردنية في المدونات النسائية الأردنية كموضوع ومساهم في المحتوى الإعلامي التواضع من الناحية الكمية والنوعية وهذا ما يؤكد الدراسة التي قام بها مارك لنش في عام (٢٠٠٧) بعنوان " تدوين الشعب العربي الجديد " حيث كانت من ضمن النتائج أن صوت المرأة الحقيقي يكاد يغيب عن المدونات باللغة العربية، فهناك قلة شديدة من النساء يكتبن عن أوضاع المرأة انطلاقا من تجاربهن الشخصية كما أنها لا تزال بعيدة كل البعد عن قطاع صحافة الانترنت سواء من ناحية المساهمة في المادة الصحفية أو من ناحية التقديم .

كما أن نتائج الدراسة تتوافق ما توصلت إلية دراسة بيان الجهيني (٢٠١٠) بعنوان :
" الصورة الذهنية للمرأة العربية كما تعكسها مدونتها " ، بان المدونات النسائية يغلب عليها الطابع الشخصي من ذكر لتجارب وأراء شخصية .

وعليه فانه كما في الإعلام الورقي ما زال دور المرأة محدودا في الإعلام الإلكتروني الحر وما زال يحمل ملامح ذكورية طاغية في موضوعاته وطرق تناوله للقضايا المختلفة وحتى اللغة المستخدمة ، كما إن المرأة مازالت تعاني من التمييز في استخدام الانترنت وبالتالي يصعب عليها الوصول إلى الإعلام الإلكتروني الحر بسبب التقاليد والأعراف الاجتماعية المتخلفة التي تحد من حرية المرأة بشكل عام وفي هذا المجال بشكل خاص، والتي لا بد من كسر تلك القيود وتجاوز الصعاب من خلال النضال المستمر عبر الإعلام الإلكتروني لصالح حقوق المرأة وحريتها واستقلاليتها .

ولابد من إبراز قضية المرأة ومساواتها بالرجل باعتبارها مسألة سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وفكرية رفيعة المستوى وذات أهمية فائقة لتطور وتقدم المجتمع ، كما انه لا بد من تغيير جذري لأفكار المرأة بما يخص الأفكار الراسخة في العقل الباطن لها عن صورتها النمطية وأدوارها النمطية في المجتمع ، وإخراج نفسها هي بداية من دائرة التنميط حتى تستطيع أن تغير

بالتالي نظرة الآخرين لها وإلا ستبقى صورتها هذه راسخة إلى مئات بل إلى ألاف السنين ورغم كل التطور والتحضر، فالتغير يجب أن يبدأ من عندها أولا وثم سوف تستطيع أن تغير بالتالي أفكار من حولها بجهودها وأفكارها وكتاباتها فالكتابة سلاح يستطيع التغير بلا شك ، خاصة في هذه الوسيلة الإعلامية التي تستطيع ان تتواصل من خلالها مع العالم اجمع .

الفصل السابع

النتائج والتوصيات

٧-١ ملخص نتائج الدراسة :

في ضوء العرض السابق لنتائج الدراسة وتحليلها ، المعتمدة على منهج تحليل المضمون ، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

٧-١-١ النتائج الخاصة بالمضمون :

١- الموضوعات : القضايا :

أشارات النتائج إلى احتلال قضايا التنميط المرتبة الأولى من اهتمام المدونات النساء الأردنيات في ثنايا تدويناتهن عن قضايا المرأة التي يكتبن بها بنسبة ٣٦% ثم تليها في المرتبة الثانية قضايا المجتمع الذكوري و قضايا العنف بنسبة متساوية ١٧% ، ثم تليهم بالمرتبة الثالثة قضايا الزواج بنسبة ١٦% ، ثم تلتهم قضايا المرأة من طلاق و خلع و تعليم و عمل و نفقة و مساواة بنسب متفاوتة قليلة جدا .

٢- مصادر المعلومات :

أشارت نتائج الدراسة إلى اعتماد المدونات النسائية الأردنية لمحتوى مدوناتهن على أنفسهن بالإضافة إلى المصادر الأخرى من اقتباسات لشعر وأحكام وأمثال ومقاطع لاغاني وأفلام من اليوتيوب ، حيث بلغت نسبته ٦٩% الأمر الذي يؤكد تفاعل المدونة مع مدونتها بما تقدمه من موضوعات وقضايا ، أما نسبة مصدر المعلومات من المدونة نفسها بلغت ١٨% ، وجاء الاعتماد على المعلومات محتوى المدونة من مصادر أخرى كالأمثال والحكم والشعر ومقاطع الفيديو من اليوتيوب نسبة ١٣% من مجموع مصادر المعلومات في هذه المدونات .

٣- الاتجاه :

تشير نتائج الدراسة إلى تعدد اتجاهات المدونات النساء الأردنيات من قضايا المرأة التي طرحت في مدوناتهن من معارض بنسبة ٢٢% ، ومؤيد ٤% ، ومحايد بنسبة ٧٣% وهي نسبة مرتفعة كون أغلبية هذه المدونات تهتم بقضايا تخص المرأة بشكل خاص من تجميل وأزياء وطبخ وديكور وفن وتسوق الكتروني بأبواب تطلق عليها للمرأة فقط ، لذا ارتفعت نسبة الاتجاه المحايد حول قضايا المرأة موضوع البحث .

٤- الأساليب الأدبية المتبعة :

تشير نتائج الدراسة إلى تعدد أساليب طرح الموضوعات و القضايا في المدونات النسائية الأردنية، من سرد بنسبة ٢٧% ، وإنشاء بنسبة ٦٢% ، أما التقارير فقد بلغت نسبتها ١١% ، وهذا بدوره يوضح التنوع في الطرح حسب أسلوب كل مدونة في عرض أفكارها وآراءها واقتراحاتها .

٥- الجمهور المستهدف :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الأكبر المستهدفة من قبل المدونات النساء الأردنيات موجهة إلى جماعات معينة وهي المرأة تحديدا فقد بلغت نسبتها ٧٦% ، أما التوجه بطرح محتوى المدونة كان موجه للجمهور العام بنسبة ٢٤% ، في سعي منها لتلقى جمهور مساند داعم للتواصل مع قضاياها والسعي لنيل حقوقها وفي المقابل التزامها بواجباتها .

٧-١-٢ النتائج الخاصة بالشكل

- العناصر التيبوغرافية :

أ – نمط المادة الإعلامية :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن المدونات النسائية الأردنية كتبن في أنماط متعددة للمادة الإعلامية، واحتلت الأبواب الخاصة فيها النسبة الأكبر حيث بلغت ٦٩% ، ثم تلتها المقالات والقصص بنسبة متساوية لكل منها وبلغت ١٦% ، وهذا بدور يشير إلى أساليب وطرق عرض محتوى المادة الإعلامية في المدونات النسائية الأردنية لكل منهن حسب طريقتهن في عرض وتوضيح المحتوى.

ب – اللغة المستخدمة :

أشارت نتائج الدراسة إلى أن المدونات النساء الأردنيات قد اعتمدوا على اللغة العربية العامية في كتابتهن بمدوناتهن الالكترونية بنسبة مرتفعة مقارنة باستخدامهن اللغة العربية الفصحى فقد بلغ عددها (٤٠) مدونة ، في حين الفصحى بلغت (٤) مدونات ، أما الإدراجات باللغة الانجليزية في المدونات النسائية الأردنية فكانت بمدونة واحدة فقط ، وهذا يدل على تنوع ثقافاتهن ، واختلاف مستوياتهن العلمية والعمرية ، كما انه لسهولة الحديث والكتابة باللغة العامية بالنسبة لهم كونها الأكثر تداول .

ج – المعالجات الفنية :

لوحظ من نتائج الدراسة اهتمام المدونات النساء الأردنيات بإخراج الصفحة الالكترونية والاهتمام بالشكل على حساب المضمون من عناوين وصور وألوان بشكل واضح بنسبة ١٠٠%، للفت انتباه زوار المدونة ، أكثر من اهتمامهن بالمحتوى المقدم في هذه المدونات الأمر الذي يؤكد كذلك ما جاءت به دراسة مارك لنش ٢٠٠٧ من نتائج مساهمة المرأة بالمدونات الالكترونية حيث أشار إلى أن مساهمتها متواضعة من حيث الكمية والنوعية .

٧-٢ التوصيات

بناء على نتائج الدراسة ، وفي ضوء التحليلات التي تم إجرائها للمدونات النسائية الأردنية في الموقع الالكتروني مكتوب ، فقد تم التوصل إلى التوصيات التالية :

١. لابد من تغير جذري للأنماط الثقافية والمجتمعية والعادات والتقاليد السائدة لتطوير وزيادة مساهمة المرأة في مجالات العلم والتكنولوجيا التي تحد بالتالي من مشاركتها بفاعلية في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

٢. تدعيم الإعلام الالكتروني بفرض سياسات مدروسة لتأمين المشاركة والملكيّة والتعليم والتدريب على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمرأة ، وضرورة إعادة النظر في المحتوى الذي يدرج في المدونات النسائية الالكترونية ، وخاصة التركيز على أهم القضايا التي تخص المرأة بعيدا عن التجميل والأزياء والديكور والطبخ والتسوق ومواقع للنساء فقط التي تكرس الصورة النمطية في هذا النوع من الإعلام الجديد البديل تحديدا .

٣. ضرورة فهم أهمية الإعلام الالكتروني في المساعدة في التغير الجذري للصورة النمطية للمرأة إذا ما استغل بالشكل الصحيح والأمثل .

٤. عقد دورات تدريبية للنساء لتعليمهن وتدريبهن على التعامل مع الانترنت والخدمات التي يقدمها لمساعدتهن على استغلال الشبكة العنكبوتية لما يخدم مصالحهم ويحقق أحلامهن وأمالهن وينشر أرائهن وأفكارهن إلى العالم اجمع .

٥. تفعيل أساليب العرض ألتدويني المختلفة في المدونات النسائية ، كالمشاركة بالصوت أو الفيديو، ليكون أكثر انتشارا .

٦. إجراء دراسات تتعلق بالإعلام الالكتروني والانترنت بشكل موسع .

٧. إجراء دراسات تحليليه لمضمون المدونات الأردنية التي يحررها الذكور لمعرفة أهم القضايا التي يتناولونها في مدوناتهم وإذا ما كانوا يتطرقون فيها إلى قضايا المرأة وعمل مقارنة مع هذه الدراسة .

٨. إجراء دراسات مختلفة المحاور ، لتدعيم النقص في الدراسات الإعلامية عن الإعلام الالكتروني الجديد بجميع تطبيقاته .

المراجع

- ابو عيشة ، فيصل ، (٢٠٠٩) . **الاعلام الالكتروني** . (ط١) . عمان : دار اسامة للنشر والتوزيع ، الاردن .

- الاطرش ، ليلى ، (٢٠٠٧) . **صورة المرأة في الاعلام** . في : فريال العلي ، المرأة العربية افاق المستقبل . (ط١) ، (ص: ٢٣٩-٢٤٦) ، عمان : دار ورد الاردنية للنشر والتوزيع ، الاردن .

- تفاحة ، عالية ، (٢٠٠٣) . مشكلات **المراة الصحفية العاملة في الصحف اليومية الاردنية** ، رسالة ماجستير غير منشورة الجامعة الاردنية ، عمان ، الاردن .

- الجهني ، بيان ، (٢٠١٠) . **الصورة الذهنية للمراة العربية كما تعكسها مدونتها ،** دراسة قسم الإعلام ، جامعة الملك عبدالعزيز ، جدة ، المملكة العربية السعودية .

- حجاب ، عزت ، وشلبية ، محمود ، (١٩٩٩) . **النساء المهنيات في وسائل الاعلام الاردنية** . مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية . مجلد (١٥) عدد (١) ، (ص: ١٥٩- ١٩١).

- حجاب ، محمد ، (٢٠٠٤) . **المعجم الاعلامي** . (ط١) ، القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر .

- حسين ، سمير ، (١٩٨٣) . **تحليل المضمون** . (ط١) . القاهرة : عالم الكتب ، مصر .

- خضر ، محمد ، (١٩٨٧) . مطالعات في الاعلام ، مكة المكرمة : مكتبة الطالب الجامعي ، السعودية . ص١٥

- ساري ، حلمي ، ٢٠٠٥ ، **ثقافة الإنترنت** ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان.

- سالم ، مصطفى ، (٢٠٠٦) . **نشر بلا حدود ولكن بخوف** ، الرابطة العربية للثقافة والفكر والأدب ، دبي ، الإمارات العربية المتحدة .

- شفيق ، حسين ، (٢٠٠٦) . **الاعلام الالكتروني** ، (ط١) ، عمان : رحمة للطباعة والنشر ، الاردن .

- شلبي ، كرم ، (١٩٨٩) . **معجم المصطاحات الاعلامية** . (ط١) ، القاهرة : دار الشروق ، مصر .

- صندوق الامم المتحدة الانمائي للمرأة – اليونيفم المكتب الاقليمي للدول العربية ، (٢٠٠٥) . **المرأة العربية والاعلام** ، بيروت : مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، لبنان

- عبد الحميد،محمد ، (١٩٨٣) **تحليل المحتوى فى بحوث الاعلام**. جدة: دار الشروق ، السعودية

- عبد الرحمن ، عواطف ، (١٩٩٤) . **المرأة العربية والاعلام بين الواقع والاستجابة** ، الدراسات الاعلامية ، عدد ٧٥ ، المركز العربي الاقليمي ، القاهرة ، (ص : ٩٤- ١١٣) ، مصر .

- فهيم ، فوزية ، (١٩٨٦) . **الاعلام والمرأة** . القاهرة : دار جاد للنشر والتوزيع ، مصر .

- لينش ، مارك ، (٢٠٠٧) . **تدوين الشعب العربي الجديد** ، دراسة صدرت عن مركز بيركمان للامن والانترنت ، بجامعة ويليامز ، الولايات المتحدة الامريكية .

- المسلمي ، ابراهيم عبد الله ، (٢٠٠٥) . **نشأة وسائل الاعلام وتطورها** . (ط٢) ، القاهرة : دار الفكر العربي ، مصر .

- محجوب ، وجيه ، (٢٠٠١) . **اصول البحث العلمي ومناهجه** . (ط١) . عمان : دار المناهج للنشر والتوزيع ، الاردن .

- محمود ، عالية ، (٢٠٠٥) . **المضامين الجندرية في برامج الاسرة والمراة في التلفزيون الاردني** ، رسالة ماجستير غير منشوردة ، الجامعة الاردنية ، عمان ، الاردن .

- مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث – كوثر ، (٢٠٠٦) . **عصر الاعلام الالكتروني**

- مركز المرأة العربية للبحوث والتدريب " كوثر " **تقرير تنمية المرأة العربية ٢٠٠٦** : المرأة العربية والإعلام : دراسة تحليلية للبحوث الصادرة بين (2005–1995) باللغة العربية .

- ناصر ، هيثم ، (٢٠٠٩) ، **دليل المدونين نحو الانتشار والتأثير** ، مركز حماية الصحفين ، عمان الاردن .

- النقاش ، فريدة ، (٢٠٠٧) . **النوع الاجتماعي (الجنوسة) في الاعلام العربي .** في : فريال العلي ، المرأة العربية افاق المستقبل . (ط١) ، (ص : ٢٢١–٢٣٨) ، عمان : دار ورد الاردنية للنشر والتوزيع ، الاردن .

المراجع باللغة الانجليزية

- The International Women's Media Foundation . (1995)

" **Women in the Media Facing Obstacles , Changing Attitudes**". In :

Hernandez, Debra, Editor & Publisher . Vo1.129 . Issue 16 .(pp.2-12) .

- Torio, James (1999), Blogs a Global Conversation, M.A. thesis on the-

phenomena of blogs. Stony Brook University social .

- Sakr, Naomi. (2000) . Breaaking Down Barriers in the Arab Media . In :

Women's Rights and Arab Media Report . (pp.108-110). London, The

Center For Media Ferrdom Middle East North Africa .

- Sakr,Naomi.(2004) .**WOMEN AND MEDIA IN THE MIDDLE EAST**.

London,A.B.Towers .

المواقع الالكترونية

- موقع مجمع المدونات العربية مكتوب :

http//www.maktoobblog.com

- موقع مجلة التدوين العربي :

http://arabicos.blogspot.com

- موقع هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية :

http://www.trc.gov.jo

- موقع بوابة المدونين

http://www.bloggers-gate.net

- موقع مرصد الأردن

http://www.jordanwatch.net

- موقع مجلة التدوين العربي

www.arabicos.blogspot.com

- موقع المبادرة العربية لانترنت حر

http://www.openarab.net

- موقع الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان

http://www.anhri.net

- موقع الجزيرة نت

http://www.aljazeera.net

- موقع بيت المدونات العربية

http://www.tadwina.com/blog

- موقع جمعية المدونين الأردنيين

http://www.jbunion.blogspot.com

- موقع اتحاد المدونين الأردنيين

http://www.jbu.maktoobblog.com

- موقع المرأة العربية والإعلام

http://www.arabwomanmedia.net

استمارة تحليل المضمون للمدونات النسائية الأردنية
على موقع مكتوب الالكتروني
أ- فئات المضمون

رقم المدونة	الموضـــــــــــــــــــــــوعات																مصادر المعلومات			الاسم		العمر		الوظيفة		الاتجاه			الاساليب المتبعة			الجمهور المستهدف	
	سياسية		ثقافية		اجتماعية		دينية		ادبية		اقتصادية		خاصة		المرأة																		
	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	تكرار	نسبة	المدونة نفسها	مصادر اخرى	المدونة+مصادر	الصحيح	المستعار	ذكر	لم يذكر	ذكر	لم يذكر	مؤيد	معارض	محايد	افكار	اراء واتجاهات	اقتراحات	جماعات معينة	الجمهور العام

استمارة تحليل المضمون للمدونات النسائية الاردنية
على موقع مكتوب الالكتروني
ب- فئات الشكل

نمط المادة الاعلامية			اللغـــــــــــــــة			المعالجة الفنية		
مقالات	قصص	ابواب خاصة	الفصحى	العامية	الإنجليزية	تيبوغراقية	استخدام الالوان	استخدام الصور

تصنيف المدونات الأردنيات حسب الموضوعات

الرقم	اسم المدون	سياسية	ثقافية	اجتماعية	دينية	أدبية	اقتصادية	خاصة	المرأة	عدد الزوار
1	ميس ابو صلاح	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1766757
2	حلوة مكتوب							✓	✓	740364
3	مطبخ حلوة							✓	✓	364920
4	parehan komok	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	273356
5	ابنة الكرك	✓		✓	✓			✓	✓	263171
6	رشا عبد الله سلامة		✓		✓	✓		✓	✓	245008
7	نجاح السباتين				✓			✓		188853
8	نانسي	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	180932
9	سهى حافظ طوقان	✓	✓	✓				✓	✓	174342
10	خولة عابدين			✓	✓	✓		✓	✓	159492
11	دانه							✓		156974
12	Just me		✓	✓		✓		✓	✓	145824
13	ندى							✓		143155
14	سارة القضاة		✓			✓		✓	✓	141200
15	عهود ابو الهيجاء							✓		121960
16	مي الشريف	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	114557
17	heba	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	112353
18	REAL SMILE		✓	✓				✓	✓	110428
19	ابتسام العطيات							✓		99746
20	رائدة زقوت			✓				✓	✓	93911
21	لين عبد الله							✓		87398
22	رانية عقلة حداد		✓					✓		79812
23	قمر 20					✓		✓	✓	71823
24	بسمة فتحي					✓		✓		70277
25	ربيعة الناصر		✓					✓		69868
26	Nadia Hashem	✓	✓	✓		✓		✓		66499
27	احلى الصديقات العربيات		✓	✓				✓	✓	60361
28	ashjan	✓	✓	✓	✓	✓		✓		58935
29	Mais Sabri	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		58453
30	سمر عيسى	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	57054
31	د . الاء							✓		55876
32	فاطمة عبابنة	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	54907
33	زمرد زمرد							✓	✓	54265
34	رلى الحروب	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	54241
35	ايمان احمد			✓		✓		✓	✓	53760
36	مها الجيلاني							✓		53579
37	wafa jarrar		✓	✓				✓	✓	51371
38	ركب الفرسان		✓			✓				49966
39	سهام البيايضة							✓		49329
40	وفاء خضر					✓		✓		48076
41	اسراء							✓		47658
42	محاسن الحمصي	✓	✓			✓		✓		47542
43	روان العامر							✓		46724
44	mamass		✓			✓		✓	✓	46427
45	الرؤيا							✓		41176
46	مرام الاغوات		✓	✓	✓	✓		✓	✓	40232
47	ولاء بطاينة	✓		✓				✓	✓	40065
48	عائشة جمعة		✓	✓		✓		✓	✓	39761
49	مها		✓	✓	✓	✓		✓	✓	37555
50	Reem Alameddin	✓	✓		✓			✓		36598
51	ruba elnasser					✓		✓		35397
52	هيام عوض	✓			✓	✓		✓		34133
53	Khadijah		✓	✓		✓		✓	✓	30768

تصنيف المدونات الأردنيات حسب الموضوعات

الرقم	اسم المدون	سياسية	ثقافية	اجتماعية	دينية	أدبية	اقتصادية	خاصة	المرأة	عدد الزوار
54	نبيلة الخطيب							✓		30577
55	تمارا بزيز							✓		30340
56	عائشة حطاب							✓		29662
57	EMAN							✓		29406
58	صفاء الحياري							✓		29131
59	Rawan		✓			✓		✓		28634
60	حجابي حجاب				✓			✓	✓	28306
61	العنود الراشد							✓	✓	28293
62	reem kassab		✓					✓		27309
63	ghaydaa							✓		27000
64	ميمي زبون	✓		✓	✓			✓	✓	26984
65	وفاء الشلتوني			✓	✓	✓		✓	✓	26839
66	تفاحة تفافيح			✓				✓		26692
67	ام مصعب 97	✓		✓				✓		26621
68	Sweet Girl		✓					✓		26488
69	مي هديب					✓		✓		25471
70	maryam	✓				✓		✓		25162
71	ظل		✓			✓		✓	✓	24985
72	سارة							✓		24884
73	yafa			✓		✓		✓	✓	24378
74	Tamtoom	✓	✓	✓	✓	✓		✓		22517
75	همسه				✓			✓		21520
76	روان منصور	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	21386
77	رانية الجعبري		✓	✓		✓		✓	✓	21162
78	heba abuoss					✓		✓		20390
79	غادة الصبح	✓	✓			✓		✓		20299
80	سهى	✓			✓			✓		20246
81	ديمة حمدان		✓	✓	✓	✓		✓	✓	20100
82	MAIS	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	19858
83	اميرة الدمع		✓					✓		19607
84	قطرة الندى			✓				✓	✓	19138
85	لانا راتب		✓			✓		✓		18547
86	Tojan Barghouti	✓	✓		✓			✓	✓	18408
87	فيروز التميمي		✓			✓		✓	✓	18340
88	Queen Of Hearts							✓		18078
89	فاطمة الظاهر							✓		18069
90	اماني ابو رمان	✓	✓		✓			✓	✓	18034
91	هيفاء ابو النادي		✓			✓		✓	✓	17543
92	مي ملكاوي									17413
93	احلام							✓		17356
94	مريم							✓		17146
95	Rana Haddad							✓		16923
96	لانا الجعبري					✓		✓		16827
97	زهر اللوز					✓		✓		16770
98	Saba Abu Farha				✓	✓			✓	16671
99	سرين العمايرة				✓			✓		15949
100	سعاد نوفل	✓	✓			✓		✓		15942

تصنيف المدونات النسائيه الاردنيه حسب قضايا المرأة

الرقم	اسم المدون	المرأة	عدد الزوار
1	ميس ابو صلاح	✓	1766757
2	حلوة مكتوب	✓	740364
3	مطبخ حلوة	✓	364920
4	parehan komok	✓	273356
5	ابنة الكرك	✓	263171
6	رشا عبد الله سلامة	✓	245008
7	نالسي	✓	180932
8	سهى حافظ طوقان	✓	174342
9	خولة عابدين	✓	159492
10	Just me	✓	145824
11	سارة القضاة	✓	141200
12	مي الشريف	✓	114557
13	heba	✓	112353
14	REAL SMILE	✓	110428
15	رائدة زقوت	✓	93911
16	قمر 20	✓	71823
17	احلى الصديقات العربيات	✓	60361
18	سمر عيسى	✓	57054
19	فاطمة عبابنة	✓	54907
20	زمرد زمرد	✓	54265
21	رلى الحروب	✓	54241
22	ايمان احمد	✓	53760
23	wafa jarrar	✓	51371
24	mamass	✓	46427
25	مرام الاغوات	✓	40232
26	ولاء بطاينة	✓	40065
27	عائشة جمعة	✓	39761
28	مها	✓	37555
29	Khadijah	✓	30768
30	حجابي حجاب	✓	28306
31	العنود الراشد	✓	28293
32	ميمي زبون	✓	26984
33	وفاء الشلتوني	✓	26839
34	ظل	✓	24985
35	yafa	✓	24378
36	روان منصور	✓	21386
37	رانية الجعبري	✓	21162
38	ديمة حمدان	✓	20100
39	MAIS	✓	19858
40	قطرة الندى	✓	19138
41	Tojan Barghouti	✓	18408
42	فيروز التميمي	✓	18340
43	اماني ابو رمان	✓	18034
44	هيفاء ابو النادي	✓	17543
45	Saba Abu Farha	✓	16671

جدول قضايا المرأة في المدونات النسائية الاردنية على موقع مكتوب الالكتروني

الرقم	اسم المدونة	قضايا الزواج		قضايا الطلاق		قضايا الخلع		قضايا النفقة		قضايا التعليم		قضايا العمل		قضايا العنف		قضايا المساواة		ثقافة مجتمع		قضايا التنميط	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
1	ميس ابو صلاح	2	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	11%	0	0%	2	4%	2	1%	0	0%
2	women blog	18	14%	3	14%	1	25%	1	14%	0	0%	1	4%	1	1%	2	4%	3	2%	18	6%
3	مطبخ حلوة	17	13%	4	18%	0	0%	0	0%	0	0%	8	30%	24	18%	7	14%	10	7%	68	24%
4	parehan komok	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	2%	15	5%
5	ابنة الكرك	3	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	7	5%	2	4%	9	7%	2	1%
6	رشا عبدالله سلامة	3	2%	2	9%	0	0%	2	29%	0	0%	1	4%	2	2%	1	2%	2	1%	0	0%
7	نانسي	4	3%	2	9%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10	8%	3	6%	1	1%	1	0%
8	خولة عابدين	9	7%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	3	2%	4	8%	8	6%	5	2%
9	Just Me	7	6%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%	40	14%
10	سارة القضاة	1	1%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	1	1%	7	2%
11	مي الشريف	10	8%	1	5%	0	0%	1	14%	1	17%	1	4%	4	3%	2	4%	5	4%	0	0%
12	هبة	1	1%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	7	2%
13	REAL SMILE	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	33%	1	4%	4	3%	1	2%	5	4%	1	0%
14	رائدة زقوت	10	8%	1	5%	0	0%	2	29%	1	17%	0	0%	18	14%	2	4%	16	12%	0	0%
15	قمر20	1	1%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	7	5%	1	2%	3	2%	10	4%
16	احلى الصديقات العربيات	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
17	سمر عيسى	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%	0	0%	0	0%	1	0%
18	فاطمة عبابنة	3	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	3%	1	2%	1	1%	0	0%
19	زمرد زمرد	3	2%	1	5%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0%	9	7%	1	2%	4	3%	0	0%
20	رولى الحروب	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%
21	ايمان احمد	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10	4%
22	wafa jarrar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	2%
23	mamass	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	1%
24	مرام الاغوات	2	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	2	1%	1	0%
25	ولاء بطاينة	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	2%	0	0%	6	4%	15	5%
26	عائشة جمعة	3	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	17%	2	7%	1	1%	2	4%	2	1%	8	3%
27	مها	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%	1	1%	0	0%	3	2%	2	1%
28	Khadijah	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	2%	0	0%	1	1%	3	1%
29	حجابي حجاب	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	17%	1	4%	1	1%	1	2%	2	1%	3	1%
30	العنود الراشد	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	2	1%	9	3%
31	ميمي زبون	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
32	وفاء الشلتوني	10	8%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	2%	4	8%	6	4%	3	1%
33	ظل	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	3	2%	5	2%
34	YAFA	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	2%
35	روان منصور	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	1	0%
36	رانيا الجعبري	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	2%	3	6%	5	4%	8	3%
37	ديمة حمدان	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%
38	MAIS	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
39	قطرة الندى	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	14	5%
40	Tojan Barghouti	1	1%	0	0%	0	0%	1	14%	0	0%	1	4%	1	1%	1	2%	1	1%	1	0%
41	فيروز التميمي	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%	1	0%
42	اماني ابو رمان	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
43	هيفاء ابو النادي	1	1%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	4%	1	2%	5	4%	6	2%
44	سهى حافظ طوقان	12	9%	2	9%	1	25%	0	0%	0	0%	3	11%	11	8%	2	4%	12	9%	1	0%
45	Saba Abu Farha	2	2%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%	3	11%	4	3%	7	14%	8	6%	3	1%
	المجموع	127	100%	22	100%	4	100%	7	100%	6	100%	27	100%	133	100%	51	100%	137	100%	285	100%

THE WOMAN IN THE ELECTRONIC MEDIA AN ANALYTICAL STUDY OF THE JORDANIAN WOMAN'S BLOGS

By
Zein A. Al-Khatib

Supervisor
Dr.Hilmi Sari

ABSTRACT

The study focused on Jordanian women's blogs on the electronic website "MAKTOOB". It shows the capacity of the Jordanian participation in Arabic electronic blogs on this website exclusively because it includes the largest Arabic collection on the net. Also to show the Jordanian woman's participation through her blogs and focus on the most important cases mentioned. It shows whether electronic media through these blogs has changed her routine picture as it (the electronic media) is the substitute media under technological advancement or it helps settle the routine picture in one way or another.

The study is considered as one of the descriptive studies which use media survey method and content analytical method . The sample consisted of the most outstanding Jordanian feminine Blogs on the website "MAKTOOB" since the beginning of the phase (from the beginning of the year 2006 until the beginning of the year 2010) .

The most outstanding Jordanian Feminine Blogs were chosen depending on the number of visitors . It was 100 blogs . Those which care for women's affairs specially were 45 blogs . Those blogs were studied and analyzed.

The study concluded that the Female Jordanian participation in Electronic Blogs take the third category among the Arabic countries sharing through the website

"MAKTOOB". Her participation is insufficient compared with Male's participation in the world of Jordanian Blogs. Her blogs are more personal than general . They do not deal with her own affairs, they deal with routine subjects. The source of her informations comes from the blog itself in addition to other sources . The exposed group is the woman in certain chapters called " for women only " . Blogs signed by their real names indicate the beginning of change .

Thus Jordanian Feminine Bloggers did not use modern electronic media properly to serve their own affairs in the free open media . They helped settle the stable picture of routine woman fixed in the minds and social traditions in the male society. The Jordanian female image in Jordanian Blogs and Media is poor either in quantity or quality . They care more for the shape,pictures,colours and titles of the electronic page . Thus as in paper media ,the role of women in free electronic media is still limited, and still carries male features .